



**MESTRADO EM DESIGN DE MODA**

# **ALTA-COSTURA E O OBJETO DE LUXO**

**Estágio no Ateliê Storytailors**

Lic. Sandra de Abreu Sousa

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO ACADÉMICO DE NATUREZA PROFISSIONAL**

Elaborado para a obtenção do grau de Mestre em Design de Moda

**Orientação Científico:** Prof. Doutor Gianni Montagna

**Presidente do Júri:** Prof. Doutora Teresa Michele Santos

**Vogal:** Prof. Doutora Carla Morais

**DOCUMENTO DEFINITIVO**

**Lisboa, FA ULisboa, Janeiro, 2018**





FACULDADE DE ARQUITETURA  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

## **MESTRADO EM DESIGN DE MODA**

# **ALTA-COSTURA E O OBJETO DE LUXO**

## **Estágio no Ateliê Storytailors**

**Autor:** Lic. Sandra de Abreu Sousa

**Modalidade:** Relatório de estágio académico de natureza profissional, elaborado para a obtenção do grau de Mestre em Design de Moda

**Entidade de acolhimento:** Storytailors

**Supervisor de Estágio:** João Branco

**Duração:** Seis meses, de Fevereiro a Agosto de 2017

**Orientador Científico:** Prof. Doutor Gianni Montagna

**Presidente do Júri:** Prof. Doutora Teresa Michele Santos

**Arguente:** Prof. Doutora Carla Morais

**DOCUMENTO DEFINITIVO**

**Lisboa, FA ULisboa, Janeiro, 2018**





## **| DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho aos meus pais, a quem devo tudo o que sou e dos quais sinto muitas saudades, e também ao Martin, pois sem ele esta viagem não teria sido possível.



## | AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais por tudo o que me ensinaram e pelos valores sólidos que me transmitiram.

Agradeço ao Martin, por ter sido como um irmão. Não só reconheceu e acreditou nas minhas qualidades, como me incentivou e auxiliou a vários níveis, possibilitando-me completar os estudos académicos e construir um caminho de desenvolvimento, a nível pessoal e profissional, na área que sempre foi a minha paixão.

Agradeço ao Filipe, o meu namorado, por todo o seu amor e compreensão, por me reensinar a sonhar, por tornar o meu coração leve em alturas tortuosas, por ser a minha luz na altura tão difícil da minha vida em que perdi o meu pai, e por ter sido a minha âncora em alturas em que a razão se misturava com o desespero.

Agradeço aos meus amigos, a todos os que diretamente e indiretamente estiveram presentes nesta jornada, por toda a sua amizade.

Agradeço ao meu orientador, Professor Doutor Gianni Montagna, pela orientação e apoio dados no desenvolvimento deste projeto.

Agradeço à Storytailors e a todos os seus membros pela forma calorosa com que me receberam, pelo modo como me ajudaram a desenvolver o meu trabalho, pela disponibilidade para ensinar que demonstraram e por toda a confiança depositada na minha pessoa. Um agradecimento especial ao Designer João Branco, orientador do meu estágio na empresa, pela sua disponibilidade, à Madalena Cerqueira, chefe de ateliê, pela sua disponibilidade, gosto em ensinar e boa disposição, e à Susana Sampaio, chefe de modelagem, pelo desejo constante de transmitir os seus conhecimentos e ajuda, o qual esteve patente nas muitas horas de trabalho e serões que passamos juntas.

Quero agradecer ainda a todos os que durante a minha vida fizeram sorrir o meu coração. Muito obrigada



## | RESUMO

Esta dissertação tem como título “Alta-Costura e o Objeto de Luxo, Estágio no Ateliê Storytailors”, pretendendo identificar e analisar a adaptação de conceitos de Alta-Costura à realidade de um ateliê português.

O trabalho desenvolvido neste estágio levou a uma profunda aprendizagem e colaboração em vários projetos, quer em coleções, quer em encomendas de ateliê, como vestidos de noiva e de cerimonia, desde o seu início colaborando nas diversas fases dos respetivos projetos, onde foram acompanhadas todas as fases da criação e da construção das peças, desde a tirada de medidas do cliente até à criação de moldes, corte, montagem, provas (*fitting*) e acabamentos finais. Participou-se ainda no desenvolvimento das coleções na área de design, na criação de peças para desfile, sob o conceito de desperdício zero, aplicado no decorrer do estágio.

As metodologias utilizadas neste estágio foram tanto de caráter intervencionista, tendo a aluna participado nas áreas de design e de produção da empresa Storytailors, como não-intervencionista, no sentido da observação e do registo do trabalho desenvolvido pelos colaboradores da empresa.

A aluna pretende demonstrar no exemplo do ateliê Storytailors, como elementos da Alta-Costura podem ser introduzidos no trabalho de um ateliê português. Além disto a aluna pôde verificar a importância da vertente prática desenvolvida no estágio, aplicando conhecimentos teóricos anteriormente adquiridos, em contexto profissional.

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Alta-Costura | Design de Moda | Moda e Luxo | Materiais Têxteis | Técnicas Artesanais



## | **ABSTRACT**

This dissertation has as title "Haute Couture and the Luxury Object, Internship at Atelier Storytailors", intending to identify and analyze the adaption of concepts of *Haute Couture* to the reality of a Portuguese atelier.

The work developed in this internship led to a profound learning and collaboration in various projects in both collections and atelier orders such as wedding gowns and ceremonial garments, collaborating in several stages of the respective projects, accompanying all stages of the creation and construction of garments, from taking the client measures until pattern making, cutting, assembling, fitting and finishings. The intern participated in the development of collections in the design area, creating garments for fashion shows under the concept of zero waste, applied in the course of the internship.

The methodologies used in this stage were both of interventionist character, the student participating in the areas of design and production of the company Storytailors, as non-interventionist, in the sense of the observation and registration of the work developed by the staff of the company.

The student intends to demonstrate at the example of the atelier Storytailors, how elements of *haute-couture* can be introduced into the work of a Portuguese atelier. Also, the student could verify the importance of practice, applying during the internship, the previously acquired theoretical knowledge in a professional context.

### **KEY-WORDS:**

Haute-Couture | Fashion Design | Fashion and Luxury | Textile Materials| Handicraft Techniques.





## | GLOSSÁRIO

**Alinhavos** – Pontos à mão usados em costura para prender/segurar tecidos ou outros materiais durante a confecção de uma peça.

**Alta-Costura** – Termo que designa o vestuário construído em Paris e que pertence ao segmento da moda mais elevado, as peças apresentam uma grande base manual na sua confecção e são utilizados materiais nobres/luxuosos e é regulamentado pela *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*.

**Alta-Moda** - Termo que designa o vestuário com o mesmo grau de exigência que a Alta-Costura, mas que é produzido em outros locais que não em Paris.

**Aselhas** – Argola feita em linha que serve como casa para um botão ou colchete.

**Ateliê** – Espaço onde se realiza algum tipo de trabalho manual ou artístico.

**Atilhos** – Fita ou cordão que serve para atar algo.

**Aviamentos** – Itens usados na confecção que permitem completar as peças, como fechos, botões, galões.

**Bainha de rolinho** – Acabamento de uma peça com uma bainha muito fina, que se assemelha a um rolinho.

**Básicos** – Peças de vestuário, muito simples, facilmente coordenáveis com outras peças e que dificilmente passam de moda.

**Best of** – Algo que se vende em maior quantidade.

**Brainstorming** – Técnica criativa de grupo que tem como intuito gerar ideias.

**Branding** – Identidade de uma marca apresentada/publicitada ao cliente através de vários suportes, imagens, slogans, etc.

**Briefing** – Reunião onde é apresentada toda a informação referente a um dado projeto.

**Burel** – Tecido de lã muito denso, tipo feltro, sendo também o nome da marca que comercializa este tecido e pertence à empresa portuguesa de lanifícios ECOLÃ que labora em Manteigas.

**Busk** – Tiras de metal que são utilizadas para abotoamento em espartilhos e *corseletes*.

**Caimento** – Comportamento do tecido quando cortado e/ou confeccionado.

**Capicua** – Também conhecido como *Palindrome*, são números cuja sua leitura é repetida, isto pode acontecer, por exemplo em datas ou em horas.

**Carrocel** – Denominação do tipo de molde/peça cujo corte é feito de modo a que o tecido/peça contorne o corpo de um modo giratório.

**Cetim** – Estrutura têxtil de superfície brilhante e lisa, usado muitas vezes em vestidos de noiva e ou cerimónia, existindo em diferentes materiais como a seda, o algodão ou a lã.

**Cetim duchese** – Tecido brilhante e liso, com alguma densidade.

***Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*** – Entidade reguladora da Alta-Costura, criada em 1857, por Charles Frederick Worth.

**Charles Frederick Worth** – Costureiro inglês, nascido em 1858, criador do segmento Alta-Costura, sendo o primeiro uma casa de Alta-Costura, em Paris.

**Charriot** – Cabide com rodas.

**Chiffon** – Tecido fino e transparente, muito fluido.

**Cintado** – Termo usado para descrever algo justo à cintura.

**Colocar em prova** – Montagem de um protótipo ou peça para ser provado.

**Componentes do molde** – Quantidade de peças que compõem um molde na sua totalidade.

**Coordenado** – Conjunto de peças de roupa e acessórios que compõe um conjunto.

**Corcelet** – Cinto com estrutura semelhante a um espartilho, composto por barbas de metal, a frente fecha com uma peça de metal que se chama *busk*, leva ainda ilhoses com atilhos nas costas.

**Correr do tecido** – Direção do tecido.

**Corte a quente** – Corte com máquina que possui uma lâmina aquecida que ao deslocar-se sobre uma superfície têxtil de poliéster corta/queima o tecido, deixando-o com acabamento que não desfia.

**Couture** – Termo francês que significa costurar.

**Crepe** – Tecido cuja superfície apresenta uma textura rugosa, podendo existir em vários materiais.

**Crina** – Estrutura têxtil, inicialmente feita de crina de cavalo que é utilizada em alfaiataria para dar estrutura aos casacos.

**Croqui** – Desenho rápido, esboço de uma ideia/peça.

**Cupro** - Tecido de composição celulósica, cuja superfície é lisa e sedosa.

**Demi-Couture** – Termo francês utilizado para definir o pronto-a-vestir de uma gama mais alta, de melhor qualidade em termos de acabamentos e matéria-prima e que pode ter uma pequena componente manual na sua construção/acabamento.

**Desperdício zero** – Conceito de sustentabilidade onde toda a matéria-prima utilizada na construção de uma peça é 100% aproveitada, não gerando qualquer tipo de desperdício.

**Dracalon** – Superfície não têxtil, muito fofa e leve, constituída por fibra acrílica e é utilizada para enchimento.

**Draping** – Termo inglês para a construção de uma peça ou ensaios de vestuário com recurso ao drapejamento de um tecido sobre um manequim.

**Eixos do corpo** – Pontos estratégicos que dividem o corpo, por exemplo, a linha do peito, a linha da cintura e a linha da anca.

**Empastar** – Sobreposição de dois tecidos, que confere estrutura à peça e que serão confeccionados juntos, como um só.

**Encaixes** – Pontos de junção de componentes que compõem uma peça.

**Entretela** – Superfície utilizada em confecção de vestuário para estruturar e ou reforçar peças ou partes delas, como golas, punhos, etc.

**Escalar** - Técnica de modelagem que possibilita aumentar vários tamanhos de um molde a partir de um outro.

**Espartilho** – Ou *corset* em francês, é uma peça de vestuário feminino icônica no mundo da moda e tem como função reduzir o tamanho da cintura e manter as costas direitas, definindo melhor os contornos do corpo. É composto por uma estrutura com barbatanas metálicas, abotado no centro com um *busk* e ilhoses nas costas apertado com atilhos.

**Eyewear** – Acessórios de moda ou proteção de uso ótico, que protegem contra o ambiente e/ou melhoram a visão.

**Fast-fashion** – Termo utilizado em moda para vestuário que num curto espaço de tempo chega ao mercado e é rapidamente ultrapassado dando lugar às coleções seguintes.

**Feltro** – Superfície têxtil muito densa, não tecido, pois é conseguido por meio de feltragem não sendo tecido (teia e trama), pode ser em lã ou em fibra sintética.

**Fibras naturais** - Fibras que são de origem animal, vegetal ou mineral.

**Ficha de cliente** – Ficha elaborada com os dados pessoais do cliente e outras indicações relevantes sobre o mesmo.

**Ficha de medidas** – Ficha das medidas do corpo de um cliente, necessárias para a construção de uma peça.

**Ficha de pedido** – Ficha com toda a informação da encomenda feita por um cliente, a nível de características, modelo, materiais e acabamentos.

**Ficha técnica** – Ficha de produção de uma peça, na qual se encontra toda a informação necessária para a sua confecção, como por exemplo, nome, modelo, desenho técnico, materiais, aviamentos, acabamentos.

**Fio direito** – Fio paralelo à orela do tecido, que tem implicação no caimento do tecido.

**Fita de viés** – Fita de tecido cujo corte foi feito a 45 graus.

**Fitting** – Procedimento pertencente à fase de construção de uma peça de vestuário e tem como função ajustar a peça ao corpo do cliente.

**Flocado** – Técnica de tratamento de uma superfície têxtil que a deixa com um aspeto aveludado, pode ser aplicado em fábrica em toda a extensão do tecido ou aplicado manualmente em pequenos apontamentos de uma peça.

**“Gender fluid”** – Identidade de género que flui ao longo de um espectro contínuo cujos extremos são constituídos pelo masculino e feminino.

**Haute-Couture** – Termo Francês que designa o vestuário construído em Paris e que pertence ao segmento da moda mais elevado, as peças apresentam uma grande base manual na sua confeção e são utilizados materiais nobres/luxuosos e é regulamentado pela *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*.

**High-Fashion** - Termo Inglês que designa o vestuário com o mesmo grau de exigência que a Alta-Costura, mas é produzido em outros locais que não em Paris.

**Ilhoses** – Argolas de metal que se colocam em superfícies diversas, por exemplo tecido, pele e plástico.

**Laminado** – Superfície resultante da junção de duas camadas por meio de colagem ou cosedura.

**Linha trapézio** – Silhueta de uma peça em triângulo.

**Lona** – Tecido grosso de algodão.

**Manequim** – Ou busto, é um boneco que representa a figura humana e que em costura auxilia tanto as provas como a criação de peças em *draping*, existindo em vários tamanhos.

**Manipulações têxteis** – Alteração técnica ou criativa de um tecido, com o objetivo de criar uma nova textura, volumes ou acabamentos.

**Marcações** – Indicações feitas de forma manual, no processo de construção de uma peça que podem ser feitos, por exemplo, com linha ou com tinta.

**Marketing** – Estratégia empresarial que tem como função aumentar o lucro, através de varias áreas de uma empresa, como o design, o estudo de mercado e público-alvo, etc.

**Mestinguete** – Fita que permite a extensão ou reforço de um abotoamento.

**Modelista** – Profissional que constrói moldes para confeção.

**MODTISSIMO** – Salão da fileira têxtil e moda portuguesa.

**Moiré** – Tecido brilhante com um padrão que se sobrepõe, dando ideia de impressões digitais que se fundem, existindo em diversas composições.

**Molde base** – Molde sobre o qual se constrói uma outra peça, pode ser um molde base de uma peça ou o molde base do corpo de um cliente.

**Moulage** – Termo francês para a construção de peça ou ensaios de vestuário com recurso ao drapejamento de um tecido sobre um manequim.

**Musseline** – Tecido muito leve, transparente, com um toque macio e delicado, pode ser encontrado em diversas fibras.

**Organza** – Tecido fino e transparente.

**Ourela** – Um tecido é composto por dois fios, um vertical que tem o nome de teia e um outro horizontal com o nome de trama, o remate deste último, na margem do tecido é chamado de ourela e tem especial importância no corte do tecido pois tem implicação no cair do tecido ou na sua elasticidade.

**Pano-cru** – Pano de algodão mais económico que é utilizado para a construção de protótipos.

**Pespontado** – Pequenos pontos à mão ou à máquina que constituem uma costura.

**Photoshooting** – Sessão fotográfica.

**Pinças** – São triângulos retirados à área do tecido com o intuito de lhe dar volume como por exemplo as pinças de peito.

**Plafond** – Limite ou teto máximo de orçamento que existe para gastar.

**Plissado** – Técnica de transformar uma superfície têxtil lisa numa superfície com pregas.

**Pontilhar renda** – Juntar/coser renda uma na outra com pequenos pontos à mão.

**Pontos de prisão** – Pontos à mão ou à máquina para prender um ponto específico.

**Pregas** – Peça de tecido que é acrescentado para criar folga ou amplitude nas peças de vestuário.

**Prêt-à-porter** – Expressão francesa para pronto-a-vestir que é caracterizado por roupa previamente confeccionado industrialmente segundo medidas *standard*.

**Produção em massa** – Produção em grande escala de produtos standardizados.

**Produção sustentável** – Incorporação de processos e conceitos no ciclo de produção de um produto que minimizem o impacto ambiental, social e financeiro de uma empresa.

**Protótipo** – Montagem de uma peça em tecido para verificação dos moldes onde se tem a perceção em 3D da mesma e na qual se podem experimentar possíveis retificações.

**Provas** – Experimentação de um protótipo ou de uma peça em fase de confeção para se proceder ao *fitting* e respetivos ajustes.

**“Ready-to-tailor”** – Segmento de produto da marca Storytailors de vestuário pronto-a-vestir.

**Ready-to-wear** – Expressão inglesa para pronto-a-vestir que é caracterizado por roupa confeccionado industrialmente segundo medidas *standard*.

**Seda** – Fibra natural de origem animal, que dá origem a variados tipos de tecidos, como por exemplo o cetim, a organza e o chiffon.

**“See now, buy now”** – Conceito de *marketing* onde o produto é apresentado diretamente ao consumidor ao mesmo tempo que está disponível para compra.

**“Segunda pele”** – Expressão que designa a forma de uma peça cujo *fitting* é perfeito, contorna na perfeição o corpo.

**Semiótica** – Estudo dos signos, que consiste em todos os elementos que representam um significado e sentido, abrangendo quer as linguagens verbais quer as não-verbais do ser humano.

**Size-set** – Conjunto composto por vários tamanhos de uma peça.

**Sublimação** – Técnica de estampagem utilizada em tecidos onde a tinta é transferida para os mesmos.

**Superfícies têxteis** - Alteração técnica ou criativo da superfície de um tecido, com o objetivo de criar textura, volumes, estampados, assim como novos acabamentos.

**“Tailor-Made”** – Segmento de produto da marca *Storytailors* de confeção feita à medida.

**Tecido final** – Termo utilizado para definir o corte da peça no tecido escolhido/original.

**Tecidos nobres** – Tecidos de origem natural, como a seda, o linho e a lã de alta qualidade.

**Toile** – Modelo/protótipo de uma peça confeccionado num tecido mais económico.

**Tule** – Superfície não têxtil, utilizada na confeção de vestuário que se assemelha a uma rede muito fina.

**Viés** – Direção do tecido a 45 graus que permite utilizar a elasticidade máxima do mesmo.

## | LISTA DE ACRÓNIMOS

LVHM - Louis Vuitton & Moët Hennessy

PPR - Richemont, Pinault, Printemps & Redoute

CSCP - *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*

MUDE - Museu do Design e da Moda

FIT - *Fashion Institute of Technology*





# | INDICE GERAL

DEDICATÓRIA	V
AGRADECIMENTOS	VII
RESUMO /PALAVRASCHAVE	IX
ABSTRACT / KEY-WORS	XI
GLOSSÁRIO	XIII
LISTA DE ACRÓNIMOS	XIX
INDICE DE FIGURAS	XXV
1  INTRODUÇÃO	1
1.1  TEMA	2
1.2  PROBLEMATIZAÇÃO	2
1.3  TÓPICO INVESTIGATIVO	3
1.4  OBJECTIVOS	4
1.4.1  OBJECTIVO GERAL	4
1.4.2 OBJECTIVOS SECUNDÁRIOS	4
1.5 ARGUMENTO	5
1.6 DESENHO INVESTIGATIVO	5
1.7  ORGANOGRAMA DA INVESTIGAÇÃO	6

<b>2  ESTADO DA ARTE</b>	<b>7</b>
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	9
2.2  O LUXO	11
2.2.1  O LUXO E A SUA EVOLUÇÃO	11
2.3  ALTA-COSTURA	17
2.3.1  A EVOLUÇÃO DA ALTA-COSTURA	21
2.3.2 A ALTA-COSTURA NO ÂMBITO SOCIO-CULTURAL E ANTROPOLÓGICO	27
2.4  O PRODUTO DE LUXO NA ACTUALIDADE – O NOVO-LUXO / SEMI-LUXO	31
2.4.1  O NOVO LUXO / SEMI-LUXO E O PRODUTO DE MODA	33
<b>3 ESTÁGIO, DESENVOLVIMENTO PRÁTICO</b>	<b>37</b>
3.1  A EMPRESA	37
3.1.1 HISTORIA DA EMPRESA	37
3.1.2 CACACTERIZAÇÃO DA MARCA	41
3.1.3 ORGANOGRAMA DA EMPRESA	43
3.1.4  VERTENTES DE PRODUTO DA MARCA	45
3.1.4.1 O PRODUTO “READY-TO-TAILOR”	45
3.1.4.2 O PRODUTO “TAILOR-MADE”	47
3.1.5 O ATELIÊ STORYTAILORS E A ALTA-COSTURA	51
3.2 O ESTÁGIO NA EMPRESA STORYTAILORS	57

3.2.1 CALENDÁRIO PROVISIONAL	58
3.2.2 INTEGRAÇÃO NA EMPRESA	59
3.2.3 AREAS DE ENVOLVIMENTO NAS ACTIVIDADES DA EMPRESA	60
3.2.3.1  DESIGN	61
3.2.3.2 GESTÃO DE RECURSOS DA EMPRESA	69
3.2.4 COLEÇÕES EM QUE A ALUNA PARTICIPOU	77
3.2.5 SUGESTÕES A IMPLEMENTAR NA MARCA	80
3.2.6 CONHECIMENTOS ADQUIRIDOS PELA ALUNA NO DECORRER DO ESTÁGIO	82
3.2.7 PROJECTOS	85
3.2.7.1 PROJECTOS EM QUE A ALUNA PARTICIPOU	86
3.2.7.2 ORGANOGRAMA DOS PROJECTOS EM QUE A ALUNA PARTICIPOU	87
<b>4  RESULTADOS E CONCLUSÃO</b>	<b>89</b>
4.1 BENEFICIOS DA INVESTIGAÇÃO	89
4.2 FACTORES CRITICOS DE SUCESSO	90
4.3 DISSEMINAÇÃO	91
4.4 CONCLUSÃO	92
4.5 RECUMENDAÇÕES FUTURAS	93

<b>5 BIBLIOGRAFIA</b>	<b>95</b>
5.1 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95
5.2 BIBLIOGRAFIA GERAL	96
5.3 BROCHURAS E ARTIGOS	98
5.4 WEBGRAFIA	98
<b>6 ANEXOS</b>	<b>101</b>
6.1 PROJETOS EM QUE A ALUNA PARTICIPOU	103
6.1.1 PARTICIPAÇÃO EM GRANDES PROJETOS	103
6.1.2 PARTICIPAÇÃO EM PEQUENOS PORJETOS	123
6.1.3 ASSISTÊNCIAS	163
6.2 DIÁRIO DE ESTÁGIO	165

## | INDICE DE FIGURAS

FIG.1	Imagem da gama <i>HOT COUTURE</i> , da coleção Storytailors FW "Once Upon a Future", Fonte: Ateliê Storytailor	XXVIII
FIG.2	Organograma da Investigação, Fonte: Autora (2017)	6
FIG.3	Estado da Arte, Organograma das áreas envolvidas, Fonte: Autora (2017)	7
FIG.4	Quadro de Cleópatra de John William Watherhouse 1888, óleo sobre tela, coleção privada, Fonte: <a href="https://www.johnwilliamwaterhouse.net/Cleopatra-651888.html">https://www.johnwilliamwaterhouse.net/Cleopatra-651888.html</a> , Acedido a 25/01/2018	8
FIG.5	Pormenor de um quadro da princesa Maria Aleksandrovna, futura imperatriz da Rússia, 1840 Ivan Makarov, Coleção do State Art Museum of the Dagestan Republic, Makhatchkala, Fonte: <a href="https://www.pinterest.pt/pin/550987335632104317/">https://www.pinterest.pt/pin/550987335632104317/</a> , Acedido a 26/01/2018	10
FIG.6	Fotografia de um vestido dos anos 50 de Christian Dior, Fonte: <a href="https://www.pinterest.pt/pin/297941331570521678/">https://www.pinterest.pt/pin/297941331570521678/</a> , Acedido a 26/01/2018	16
FIG.7	Vestido de Krikor Jabotian's, da coleção FW 2014/15, Fonte: <a href="http://krikorjabotian.com/fw1415/">http://krikorjabotian.com/fw1415/</a> , Acedido a 26/01/2018	18
FIG.8	Pormenor de um vestido de 1877, do costureiro Charles Frederick Worth, Fonte: <a href="https://www.pinterest.com.mx/pin/71916925280334487/">https://www.pinterest.com.mx/pin/71916925280334487/</a> , Acedido a 26/01/2018	20
FIG.9	Pormenor de uma peça <i>Haute Couture</i> FW 2014/15, Chanel, Fonte: <a href="https://www.pintrest.com.au/pin/254523816417042866/">https://www.pintrest.com.au/pin/254523816417042866/</a> , Acedido a 26/01/2018	22
FIG.10	Pormenor de um vestido de Alexander McQueen, SS 2006, Fonte: <a href="https://www.pinterest.pt/pin/18014467233726682/">https://www.pinterest.pt/pin/18014467233726682/</a> , Acedido a 26/01/2018	24
FIG.11	Fotografia de uma cena do filme Marie Antoinette, de Sofia Coppola, Fonte: <a href="https://www.pinterest.pt/pin/653796070874634258/">https://www.pinterest.pt/pin/653796070874634258/</a> , Acedido a 26/01/2017	26
FIG.12	Fila para comprar produtos de luxo na Louis Vuitton, na China, Fonte: <a href="https://executiva.pt/o-novo-luxo-global/">https://executiva.pt/o-novo-luxo-global/</a> , Acedido a 26/01/2018	30

FIG.13	Loja da Chanel em Londres no “Boxing Day” ( <i>Black Friday</i> nos EU), Fonte: <a href="http://www.businessinsider.com/londons-boxing-day-shopping-frenzy-2013-12">http://www.businessinsider.com/londons-boxing-day-shopping-frenzy-2013-12</a> , Acedido a 26/01/2018	30
FIG.14	Pirâmide das áreas da indústria da moda, Fonte: Autora (2018)	33
FIG.15	Fotografia da loja Storytailors, Fonte: Autora (2017)	36
FIG.16	Logotipo da marca Storytailors, Fonte: Ateliê <i>Storytailors</i> (2017)	38
FIG.17	Designers da marca Storytailors, João Branco e Luís Sanches, Fonte: Atelier Storytailors (2017)	39
FIG.18	Vestido da coleção Storytailors, Narke SS, “The Story of a Dress”, CHAPTER I, “ <a href="http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en">This is not a Cinderella story</a> ”, Fonte: <a href="http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en">http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en</a> , Acedido a 26/01/2018	40
FIG.19	Organograma da Empresa, Fonte: Autor (2017)	43
FIG.20	Vestido da coleção Storytailors, Narke SS, “The Story of a Dress”, CHAPTER I, “ <a href="http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en">This is not a Cinderella story</a> ”, Fonte: <a href="http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en">http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en</a> , Acedido a 26/07/2018	44
FIG.21	Fotografia de desfile da coleção Storytailors FW 2015/16 “El Diablo, The Old-Girl, La Sayona del, And her Calabash”, Fonte: <a href="https://www.pinterest.fr/pin/433964114073094487/">https://www.pinterest.fr/pin/433964114073094487/</a> , Acedido a 26/01/2018	50
FIG.22	Fotografia de desfile da coleção Storytailors SS 2015 “Voyage Voyage”, da Storytailors. Fonte: <a href="http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&amp;id=15#/283">http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&amp;id=15#/283</a> , Acedido a 26/01/2018	53
FIG.23	Pormenor da Loja Storytailors, Fonte: Autora 2017	56
FIG.24	Calendário provisional, Fonte: Autora (2017)	58
FIG.25	Tabela de áreas da empresa em que a aluna participou, Fonte: Autora (2017)	60
FIG.26	Pormenores das experiências de criação de superfícies têxteis com desperdício zero, em tule e plissado, Fonte: Autora (2017)	63

<b>FIG:27</b>	Pormenores das experiências de criação de superfícies têxteis com desperdício zero, em tule e plissado, Fonte: Autora (2017)	63
<b>FIG.28</b>	Pormenores das experiências de criação de superfícies têxteis com desperdício zero, em tule e plissado, Fonte: Autor (2017)	63
<b>FIG.29</b>	Pormenor dos manequins de trabalho do ateliê Storytailors, Fonte: Autora (2017)	64
<b>FIG.30</b>	Esquema da organização do armazém do ateliê Storytailors, Fonte: Autora (2017)	69
<b>FIG.31</b>	Esquema de produção do ateliê Storytailors, Fonte: Autora (2017)	72
<b>FIG.32</b>	Imagem da coleção Storytailors SS2018 “Palindrome”, Fonte: <a href="http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&amp;id=20#">http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&amp;id=20#</a> , Acedido a 14/04/2017	76
<b>FIG:33</b>	Foto da coleção Storytailors SS2017 “Versão Comercial Black Hills”, Fonte: Ateliê Storytailors	77
<b>FIG:34</b>	Foto da coleção Storytailors FW2018/19 “Essentials Storytailors”, Fonte: Ateliê Storytailors	77
<b>FIG:35</b>	Foto da coleção Storytailors SS2018 “Palindrome”, Fonte: <a href="http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&amp;id=20#">http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&amp;id=20#</a> . Acedido a 18/04/2018	77
<b>FIG.36</b>	Quadro apresentação das coleções Storytailors em 2017, Fonte: Autora (2017)	77
<b>FIG.37</b>	Pormenor de uma peça “ <i>taylor made</i> ” do ateliê Storytailors, Fonte: Autora (2017)	84
<b>FIG.38</b>	Tabela de projetos em que a aluna participou, Fonte: Autora (2017)	86
<b>FIG.39</b>	Organograma de projetos em que a aluna participou, Fonte: Autora (2017)	87



FIG.1- Imagem da gama *HOT COUTURE*, da coleção Storytailors FW "Once Upon a Future". Fonte: Ateliê Storytailors



# 1 | INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio, visa a apresentação do estágio realizado durante o ano letivo de 2016/17 no ateliê Storytailors, no âmbito do curso de Mestrado de Design de Moda.

A intenção do estágio tem com intuito a conclusão do plano curricular de Mestrado em Design de Moda, assim como aproveitar a oportunidade de explorar capacidades, competências e conhecimentos importantes para uma futura realização profissional. O gosto pessoal pelo aspeto do trabalho manual refinado, assim como uma melhor perceção dos mecanismos da criação individualizada, levou à escolha deste estágio.

O título do relatório de estágio “ALTA-COSTURA E O OBJETO DE LUXO, Estágio no Ateliê Storytailors”, visa identificar e analisar a adaptação de conceitos de Alta-Costura à realidade no exemplo de um ateliê português, surgindo do gosto pela temática e pela necessidade de conhecer e tomar contacto com este tipo de trabalho realizado em ateliê, em Portugal.

O local de estágio, o ateliê Storytailors (Fig.1), foi escolhido pela sua metodologia de trabalho, pois possui peças de carácter comercial, tanto como projetos de ateliê individualizados. O facto de se tratar de uma empresa de tamanho reduzido implica uma distribuição de diversas tarefas por todos os membros da equipa.

Outro ponto que pesou na escolha do estágio, foi a estética característica da marca, quer a nível de complexidade das formas, quer do modo de trabalhar uma gama muito variada de materiais.

A Alta-Costura, o *ready-to-wear* e a produção em massa, são as três principais áreas de produção no sistema da moda. A Alta-Costura destaca-se das restantes pelo seu processo de produção limitada, largamente independente de constrangimentos

económicos, o que permite uma liberdade criativa no processo de design, escolha de materiais exclusivos e de técnicas artesanais envolvendo custos muito elevados. Devido a estes fatores a Alta-Costura torna-se um campo de experimentação fértil para o nascimento de tendências e ideias criativas que a seguir passam para as áreas do ready-to-wear e consecutivamente para a produção em massa.

A exclusividade do objeto de Alta-Costura resultante dos aspetos acima mencionados implica um círculo de utilizadores com elevado poder económico.

O objetivo deste estudo vai além das características típicas do design, da criação estética e do aspeto técnico da criação do objeto de Alta-Costura, dos materiais e da execução técnica, também o aspeto sociológico e antropológico relacionado com o meio dos seus utilizadores.

## **1.1 | TEMA**

**Área:** Design de Moda

**Tema:** ALTA-COSTURA E O OBJETO DE LUXO: Estágio no Ateliê Storytailors

## **1.2 | PROBLEMATIZAÇÃO**

Num mundo globalizado e massificado, onde o mercado está saturado de *fast-fashion*, continua a verificar-se a procura pelo original, personalizado e exclusivo.

A Alta-Costura é o segmento da indústria da moda que possui uma identidade própria que se distingue pela sua produção manual e o seu carácter exclusivo.

Dada a persistência do mercado num mundo de produtos descaracterizados, torna-se interessante observar, identificar e desconstruir o objeto de Alta-Costura na sua dimensão prática de conceção e construção.

### **1.3 | TÓPICO INVESTIGATIVO**

**Poderão ser implementados conceitos de Alta-Costura no ateliê de uma marca nacional?**

A Alta-Costura é um dos campos da indústria do vestuário, no qual a área de Design de Moda é parte integrante do processo de criação de um produto único e individualizado. Portugal é precário ao nível da produção de Alta-Costura, mas no entanto pode ser observada em parte, a aplicação de conceitos de Alta-Costura em ateliês de marca própria.

A produção feita à medida do cliente, como no passado, continua a existir e é nele que se pode observar a aplicação de conceitos de Alta-Costura, quer no aspeto técnico, quer na escolha dos materiais. O processo de “criação à antiga” desenvolvido pela modista ou costureira sofreu algumas adaptações e nos nossos dias encontramos ateliê com profissionais formados em Design de Moda que em colaboração com uma vasta equipa, englobando por exemplo profissionais de costura que elaboram em parceria com o designer um produto de moda personalizado e dirigido a um cliente particular, onde são aplicados conceitos de Alta-Costura.

Em Alta-Costura, um dos conceitos principais é dar ênfase à marca, mas também garantir uma completa satisfação de um cliente exigente. Sendo tudo personalizado desde o atendimento, a escolha do modelo, tecidos, provas, todas as atenções e esforços vão de encontro a satisfazer e concretizar um pedido, muitas vezes um sonho.

## **1.4 | OBJETIVOS**

### **1.4.1 | OBJETIVO GERAL**

Observação e descrição do processo de criação e construção de vestuário com aplicação de conceitos de Alta-Costura.

### **1.4.2 | OBJETIVOS SECUNDÁRIOS**

- Aprofundar o conhecimento sobre a relação da Alta-Costura com o corpo.
- Aprofundar conhecimentos em materiais (composição, estrutura, comportamento).
- Aprofundar conhecimento sobre a construção do produto de Alta-Costura.
- Aprofundar conhecimento sobre os utilizadores do vestuário de Alta-Costura.
- Obter melhor percepção acerca da experiência do utilizador.
- Validação de metodologias de design.
- Adquirir conhecimentos sobre o funcionamento e gerência de um ateliê de Costura.
- Aprofundar conhecimentos sobre conceitos de alta-costura empregues na construção de um produto.
- Aprofundar conhecimentos sobre os utilizadores de peças de vestuário de ateliê.
- Adquirir conhecimentos sobre a relação do corpo na construção de uma peça.
- Adquirir conhecimentos sobre a interação do criador com o utilizador e respetivas etapas até à entrega do produto (gerir expectativas de cliente, tempos, provas, entregas).
- Experienciar a metodologia de design utilizada no atelier estudando assim as suas condicionantes.

## **1.5 | ARGUMENTO**

Realização de um estágio académico tendo como principal objetivo observar, identificar e auxiliar os processos de criação e produção do objeto com aplicação de conceitos de Alta-Costura, num ateliê português.

## **1.6 | DESENHO INVESTIGATIVO**

As metodologias utilizadas são as intervencionistas e não-intervencionistas de carácter qualitativo.

Intervencionista – Participação nos processos inerentes á produção do vestuário.

Não-intervencionista – observação direta dos procedimentos dos profissionais no mesmo âmbito.

Ao longo do processo existirá uma recolha da crítica literária relativa às áreas de investigação através de bibliografia diversa (livros, teses e material recolhido online).

## 1.7 | ORGANOGRAMA DA INVESTIGAÇÃO

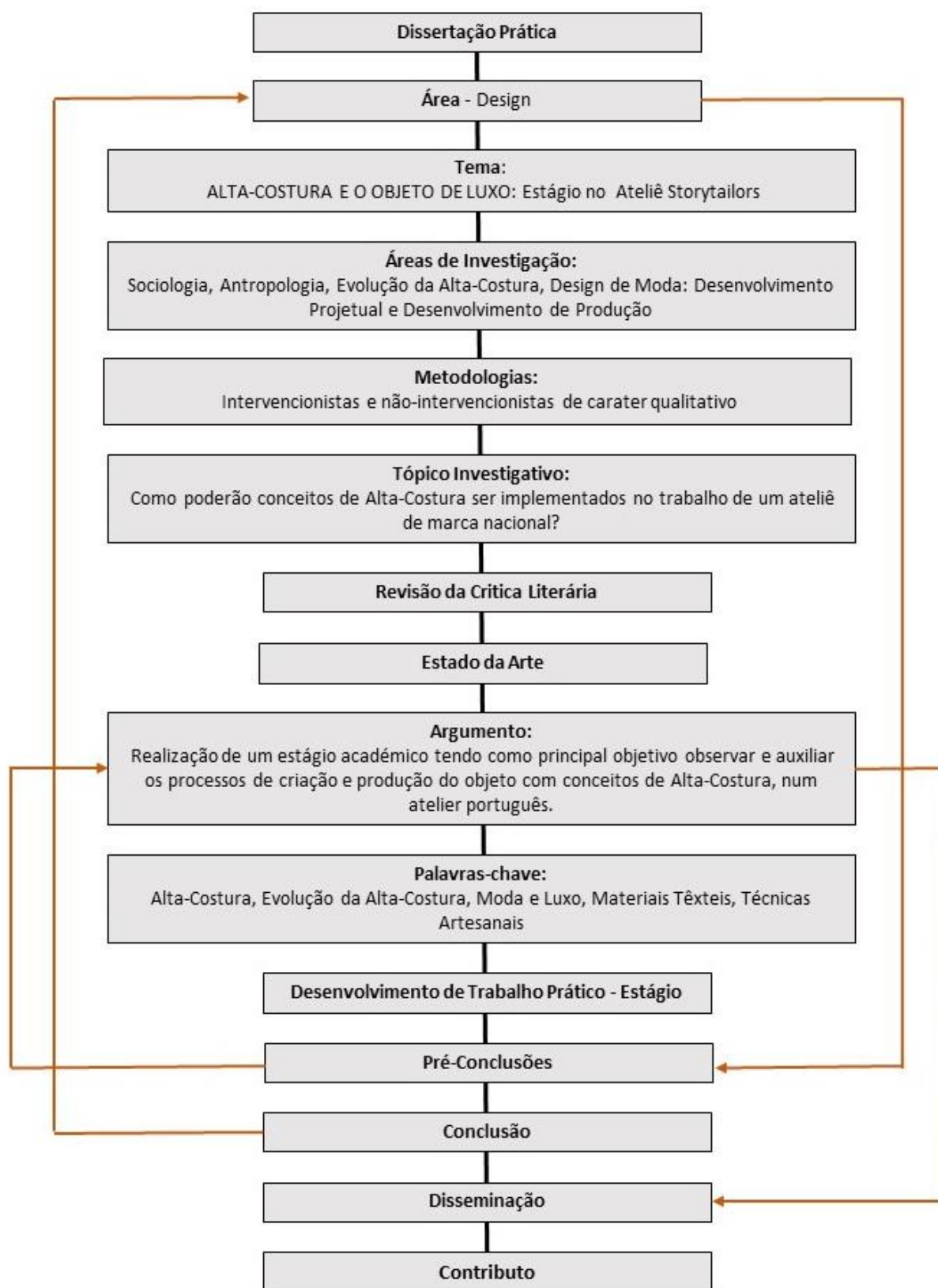


FIG:2 – Organograma da investigação. Fonte: Autora (2017)

## 2 | ESTADO DA ARTE

### | ORGANOGRAMA DAS AREAS ENVOLVIDAS

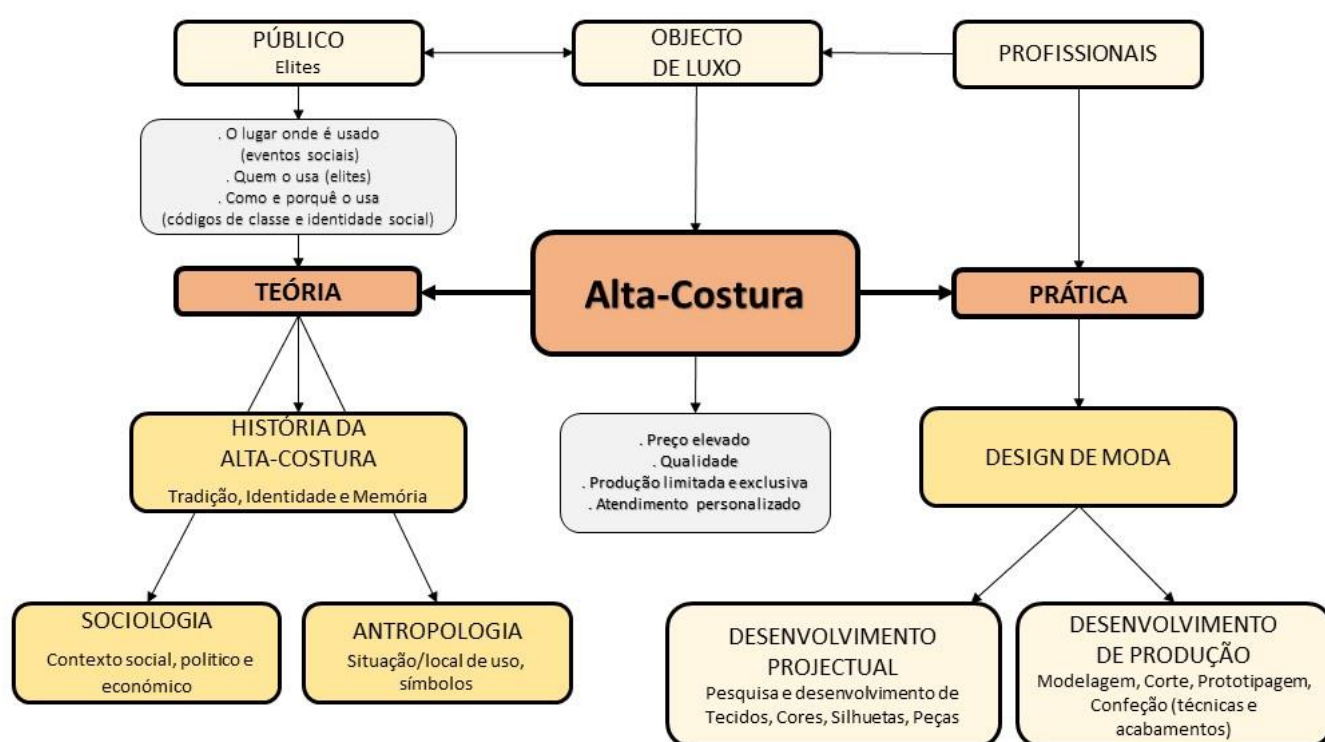


Fig.3 - Estado da Arte, Organograma das áreas envolvidas. Fonte: Autora (2017)



Fig.4 – Quadro de Cleópatra de John William Waterhouse 1888, óleo sobre tela, coleção privada, Fonte: <https://www.johnwilliamwaterhouse.net/Cleopatra-651888.html>. Acedido a 25/01/2018



## 2.1 | CONTEXTUALIZAÇÃO

Segundo os autores LIPOVETSKY e ROUX (2012) o luxo é um fenómeno presente em todas as civilizações, quer sejam elas primitivas ou mais desenvolvidas, tal como provavelmente a mais importante função do objeto de luxo, a da ostentativa demarcação do estatuto social do seu utilizador, no contexto de uma sociedade hierarquizada: “Não existe sociedade estatal-hierárquica sem escalada de sinais faustosos de desigualdade social (...)” (LIPOVETSKY e ROUX 2012:41)

Das três principais áreas do sistema de produção da moda, a produção em massa, o *ready-to-wear* e a Alta-Costura, é esta última um produto importante no mercado do luxo. A Alta-Costura destaca-se das restantes pelo seu processo de produção limitada, largamente independente de constrangimentos económicos, o que permite uma grande liberdade criativa no processo de design, escolha de materiais exclusivos e de técnicas artesanais envolvendo custos muito elevados. Devido a estes fatores a Alta-Costura torna-se um campo de experimentação fértil para o nascimento de tendências e ideias criativas que a seguir passam a ser utilizadas nas restantes áreas. A exclusividade do objeto de Alta-Costura resultante dos aspetos acima mencionados implica um círculo de utilizadores provenientes de um nível económico igualmente exclusivo. Assim, sendo a Alta-Costura um segmento importante do luxo, podemos descrevê-la como um meio/símbolo de comunicação entre indivíduos de um grupo social, servindo para informar sobre a posição do seu utilizador no contexto da estrutura estratificada da sociedade.

Outra área muito importante é o *ready-to-wear* e a sua subcategoria, a *demi-couture*. O fenómeno moderno do novo luxo ou semi-luxo, do qual fazem parte, e que surge com o *boom* económico do pós-guerra, torna, pela produção industrial, acessíveis produtos com algum carácter de luxo às massas, resultando numa “democratização” do fenómeno do luxo.

Outra das áreas da moda é a produção em massa que se relaciona com as outras, imitando as tendências criadas pela Alta-Costura e pelo *ready-to-wear*, não se insere com os seus produtos massificados no segmento do luxo.



FIG. 5 - Pormenor de um quadro da princesa Maria Aleksandrovna, futura imperatriz da Rússia, 1840 Ivan Makarov, Coleção do State Art Museum of the Dagestan Republic, Makhachkala. Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/550987335632104317/>.  
Acedido a 26/01/2018

## **2.2 | O LUXO**

### **2.2.1 | O LUXO E A SUA EVOLUÇÃO**

O Luxo é “(...)um fenómeno de cultura, uma atitude mental que se pode entender como uma característica do humano-social (...)” e que “ (...) [o luxo] não se concebe sem o espetáculo da delapidação, sem o olhar e a admiração do outro.” Mas por outro lado, também “A paixão do luxo não é exclusivamente alimentada pelo desejo de ser admirado, de suscitar inveja, de ser reconhecido pelo outro, ela é também, subentende-se, pelo desejo de se admirar a si mesmo, de «ter prazer de si mesmo» e de uma linguagem elitista.” (LIPOVETSKY e ROUX 2012:27-63) (Fig.4,5).

É possível afirmar que as primeiras expressões do fenómeno do luxo aparecem já em sociedades pré-históricas, embora, devido à ausência de excesso de bens materiais, de uma forma bem diferente, menos ligado à produção e ao consumo de objetos de grande valor, que ao espírito de um consumo, que, em certas ocasiões, festas ou cerimónias de carácter religioso, ignora deliberadamente a racionalidade económica em favor de um espírito de oferta ou de simples delapidação e consumo despreocupado em situações de relativa abundância. “Uma ética do luxo, sem objeto faustoso: é esta a lógica do luxo do paleolítico.” (LIPOVETSKY e ROUX 2012: 26)

Entretanto é a invenção da agricultura, na antiga Mesopotâmia, o grande transformador das sociedades primitivas, possibilitando pela primeira vez na história da humanidade uma produção de bens alimentares em abundância. Isto libertava uma parte da população da necessidade de se preocupar com a procura de alimentos, escolhendo outras áreas de atividade, como o comércio ou o trabalho de artesão, causando o desenvolvimento das primeiras civilizações urbanas. Entre o fim da época neolítica e o início da era do bronze nascem as primeiras cidades-estado dos Sumérios, desenvolvendo uma cultura já bastante sofisticada, e uma crescente estratificação da sociedade, com classes sociais distintas, e a subsequente acumulação de riqueza nos segmentos mais abastados da população. Embora que também as classes intermediárias usaram joias, somente as pessoas da nobreza, sacerdotes, grandes proprietários ou guerreiros podiam

usar verdadeiros objetos de luxo, como túnicas tingidas com pigmentos raros ou joias adornados com pedras preciosas, “Símbolos resplandecentes do cosmos hierárquico (...)” (LIPOVETSKY e ROUX 2012:34)

O Império Bizantino, cuja localização permitiu o acesso ao mundo asiático, possuía o mais elevado nível civilizacional, cultural e técnico do seu período histórico, no mundo ocidental, ultrapassando até o seu precursor, o Império Romano, no que se refere à sofisticação dos gostos refinados e produção e consumo de bens de luxo.

A riqueza estava monopolizada nas classes-altas, especialmente em quem ocupava o centro do poder, no imperador, cuja riqueza servia para enfatizar a sua posição de poder. A ostentação do luxo e da sofisticação era um meio importante de distinção do seu estatuto social singular.

*“O imperador Justino e a sua mulher Teodora, possuíam um gosto refinado em relação a produtos de luxo e podem ser considerados os precursores da procura de produtos de High-fashion ao estilo das celebridades. Eles enfatizaram a importância do papel do vestuário e da aparência como uma marca de distinção. O seu gosto elevado pelo luxo e pela opulência era revelado através da sua maneira de se vestir e pela natureza dispendiosa de diversas cerimónias por eles organizadas. A imperatriz Teodora era especialmente estilosa e foi a primeira a explorar o vestuário como fonte de poder. Ela tinha um estilo impecável e paixão por roupas feitas com os materiais mais luxuosos, como o brocado e a seda adornados de bordados feitos com ouro e pérolas. As suas joias eram igualmente feitas pelos melhores artesãos usando as melhores e mais raras pedras.”*

(OKONKWO 2007:19) <sup>1</sup>

O Renascimento foi um período de evolução cultural, com a adoção dos valores da antiguidade clássica, onde o homem estava no centro do universo, em detrimento da ideia anterior em que era a religião o centro de tudo. Isto faz renascer também o conceito de beleza da antiguidade. Com esta visão mais humanista a sociedade volta-se para as ciências e para as artes. As artes adquirem uma nova importância e os artistas são

---

<sup>1</sup> [T.L.:] “Emperor Justin I and his wife, Theodora, had a refined taste in luxury goods and can be considered as the precursors of the demand for celebrity-style High fashion goods. They emphasized the important role of clothes and appearance as a mark of distinction. Their enhanced taste for luxury and opulence was displayed through their dress style and the lavish nature of the several ceremonies they organized. Empress Theodora was exceptionally stylish and was the first woman to exploit fashion as a source of power. She has an impeccable style and a penchant for clothes made of the most expensive materials such as brocade and silk and adorned with embroideries made of gold and pearls. Her jewelry was also made by the best craftsmen using the rarest and finest gems. “

apoiados através do mecenato pelas grandes famílias aristocráticas. “Por toda a Europa, o luxo e a arte estavam a ser fundidos e a noção de beleza tornou-se uma obsessão.” (OKONKOWO 2007:21) <sup>2</sup>

Neste período o sistema capitalista, representado pela burguesia ascendente e ainda pela nobreza, começa a emergir, e com ele uma burguesia ligada ao comércio, com os seus membros mais abastados a consumir produtos de luxo, imitando a aristocracia.

O período barroco nasceu em França, sobre a regência de Luís XIV, também designado o rei sol. O monarca elevou França ao seu expoente máximo de modo a que este país fosse uma referência a nível mundial, facto que ainda hoje beneficia esse país.

Durante o período barroco, mais precisamente no tempo da regência de Luís XVI, assistiu-se à ascensão da França, que se tornou o centro político e cultural da Europa. A criação da monarquia absoluta, pelo “Roi Soleil”, fez da corte francesa, toda centrada na celebração da figura do rei, quase num sentido de culto de pessoa, um centro de opulência e luxo exuberantes, que influenciou os gostos e a moda do mundo aristocrático de quase toda a Europa. “Ele (Luís XIV) demonstra um gosto sofisticado e refinado, estilo de vida e escolhas de produtos, que variam da roupa, à comida, arte, teatro e literatura. O reinado de Luís XIV, marca em 1661 o regresso da opulência e exuberância e os seus gostos luxuosos influenciaram as famílias reais e famílias aristocráticas de todo o continente.” (OKONKOWO 2007:21) <sup>3</sup>

Com a revolução industrial nasce a produção em massa e subsequente estandardização e possível cópia de produtos. Em resposta à esta nova realidade, na área da moda, nasce a Alta-Costura com o Inglês *Charles Frederick Worth*, precisamente para destacar o produto de luxo dos produtos “industriais”, garantindo o lugar da produção manual de grande qualidade num mundo em mudança. “Ele criou a primeira verdadeira marca de

---

<sup>2</sup> [T.L.:] “All over Europe, luxury and art were being fused and the notion of beauty became an obsession.”

<sup>3</sup> [T.L.:] “He portrayed sophisticated and refined taste, lifestyle and product choices, ranging from fashion, food, art, theatre and literature. The reign of Louis XIV from 1661 marked the return of opulence and exuberance and his tastes in luxury influenced the royal families and aristocrats of the entire continent.”



moda de luxo e abriu caminho para a aplicação do *branding* moderno e para os princípios do marketing no mundo da moda de luxo.” (OKONKOWO 2007:48) <sup>4</sup>

Assim surge a Alta-Costura como uma das grandes áreas da produção de bens de luxo, que se mantêm até aos dias de hoje.

*“O século dezanove marcou o início do sector dos produtos de luxo modernos, e o lançamento de marcas de luxo de elevado valor, que conhecemos hoje. (...) A demanda por produtos de luxo permaneceu elevada, e emergiram designers extremamente talentosos e empreendedores, assim como oportunidades de negócio que se tornaram possíveis graças aos seus antecessores.”* (OKONKOWO 2007:25) <sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> [T.L.:] “He created the first true luxury fashion brand and paved the way for the application of modern branding and marketing principles in the world of luxury fashion.”

<sup>5</sup> [T.L.:] “The nineteenth century marked the beginning of the modern luxury goods sector and the launch of many of the highly valuable luxury brands that we know today. (...) The demand for luxury goods remained high and extremely talented and entrepreneurial designers emerged and grasped business opportunities made possible by their predecessors.”





**FIG.6** - Fotografia de um vestido dos anos 50 de *Christian Dior*, Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/297941331570521678/>.  
Acedido a 26/01/2018



## 2.3 | ALTA-COSTURA

A Alta-Costura é a área da moda de maior exclusividade em que todo o processo de criação e execução, funcionam segundo parâmetros muito específicos. Observam-se características distintas das restantes áreas (*ready-to-wear* e produção em massa, por exemplo) (Fig.6).

As peças de Alta-Costura são produzidas em escala artesanal, cada uma é construída para um corpo específico, muitas vezes são escolhidos materiais muito exclusivos e de acesso limitado, tecidos nobres, metais e pedras preciosas, peles naturais, etc. A base do trabalho é manual e os processos específicos, o que implica que seja despendido muito tempo na elaboração de cada peça (Fig.7). Os acabamentos são exímios, tudo isto resultando num produto de alto valor de mercado, acessível somente a clientes abastados, que procuram nestas peças um reflexo do seu estilo de vida ou uma aquisição de vestuário de excelente qualidade e/ou inovador, uma obra de arte.

A personalização é outra característica importante da Alta-Costura, de maneira que na primeira visita do cliente à casa, lhe são tiradas medidas a partir das quais todo o processo de construção da peça ou adaptação de um modelo *toile* é feito. Como descreve WADDELL (2004:1) é feito posteriormente todo um trabalho de *moulage*, chamado *draping* em inglês, num manequim elaborado com as exatas medidas do cliente. Ao longo do processo fazem-se provas diretamente no corpo do cliente, onde a peça sofre as retificações necessárias que visam obter uma peça perfeita. “O cliente de Alta-Costura não sabe como a peça lhe vai assentar até esta estar terminada.” (WADDELL 2004:1) <sup>6</sup> O que implica uma relação de confiança entre o cliente e a casa de Alta-Costura.

---

<sup>6</sup> [T.I.:] “The couture customer does not know what she will look like in a garment until it is actually completed.”



FIG.7 - Vestido de KriKor Jabotian's, da coleção AW 2014/15. Fonte: <http://krikorjabotian.com/fw1415/>. Acedido a 26/01/2018

Neste processo de criação não se pode dar primazia a umas características em deterioramento de outras, visto todos os parâmetros do processo se homogeneizaram de forma a criar um resultado de uma perfeição inigualável.

Em Alta-Costura são feitas duas apresentações das coleções por ano, primavera/verão e outono/inverno, nas quais os clientes tomam conhecimento das novidades/tendências da estação. As peças são apresentadas tradicionalmente em modelos e os desfiles são feitos em espaços particulares e/ou prestigiados. As coleções apresentam uma tipologia diversificada de peças que vão desde roupa prática e funcional a roupa mais sofisticada ou glamorosa, como vestidos de noite.

Sendo a Alta-Costura a “montra” do mundo da moda e é graças à esta posição de topo que as excentricidades são permitidas, com base num *plafond* praticamente ilimitado.

*“Como a maior parte das indústrias, a moda necessita de inovação para sobreviver e prosperar; a inovação recai sobre a invenção de ideias originais para promover a mudança, e a mudança é o que mantém o mercado vigoroso e interessado. (...) Sem o ímpeto de novas ideias, indústrias como a moda rapidamente definhavam e morriam. Design inventivo e original precisa de um ambiente fértil e de alto nível, haute couture, para alimentar as suas experiências.” (WADDELL 2004:XII)<sup>7</sup>*

---

<sup>7</sup> [T.L.:] “As with most industries, fashion needs innovation to survive and prosper; innovation relies on the inventive and original ideas of designers to prompt change, and change is what keeps the market healthy and interested. (...) without the impetus of new ideas, industries like fashion soon shrivel and die. Inventive and original design needs the hotbed environment of the highest level, couture, to nurture of experiments.”

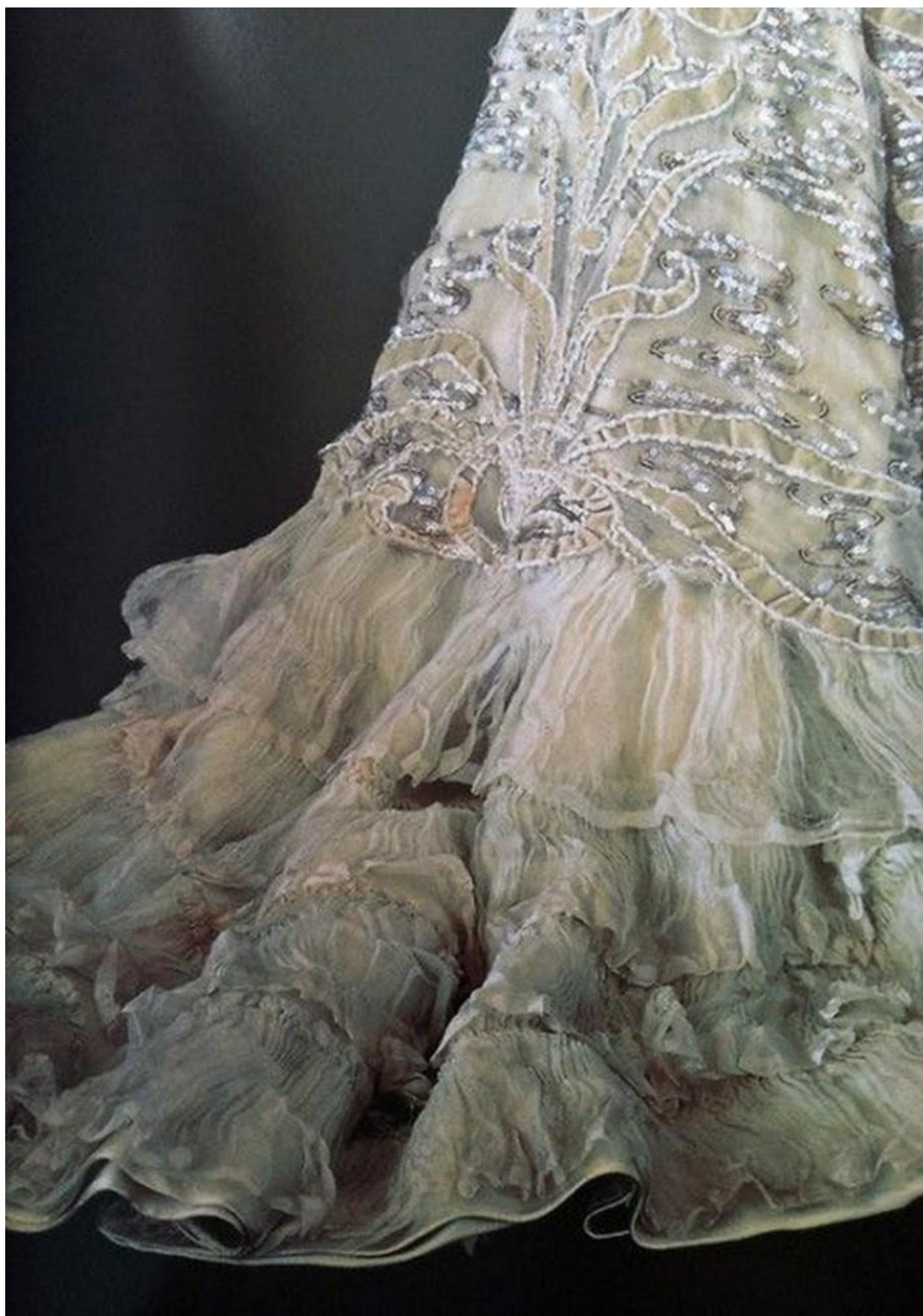


FIG.8 - Pormenor de um vestido de do costureiro Charles Frederick Worth 1877.  
Fonte: <https://www.pinterest.com.mx/pin/71916925280334487/>. Acedido a 26/01/2018

### **2.3.1 | EVOLUÇÃO DA ALTA-COSTURA**

O Vestuário com características de Alta-Costura já se fez antes do termo “Alta-Costura” ser utilizado. No fim do período barroco, no século XVIII, o vestuário das elites apresenta muitas das características que definem uma peça de Alta-Costura, a exuberância, o gosto pelos materiais opulentos e luxuosos e o refinamento na sua elaboração. Mas foi necessário chegar à segunda metade do século XIX para a Alta-Costura adquirir a sua verdadeira identidade, o termo surge com a abertura da primeira casa da especialidade em Paris, pelo costureiro inglês Charles Frederick Worth em 1858 (Fig.8).

Foi a revolução industrial, provavelmente o maior acontecimento socioeconómico na história da humanidade depois da introdução da agricultura, que trouxe consigo mudanças profundas da sociedade, pela via do desenvolvimento de tecnologias que permitiram a produção mecanizada de bens em muito maior escala, com uma rapidez e rentabilidade até então desconhecidas.

O aparecimento da Alta-Costura coincide com a atribuição da primeira patente da máquina de costura, em 1851<sup>8</sup> e supunha-se vir substituir largamente a componente manual do trabalho do costureiro, que, como confirma WADDELL (2004:X) desde o início da história do vestuário confeccionado tem a Alta-Costura como base, recorrendo apenas a agulha e linha (Fig.9).

---

<sup>8</sup> “Isaac Merrit Singer, mecânico de Nova Iorque, obtém em 12 de agosto de 1851, uma patente para a primeira máquina de costura de uso doméstico. Ele conquistaria o primeiro prémio na Exposição Universal de Paris de 1855. A generalização da máquina de costura transformaria até o modo de se vestir tornando possível a supremacia do ‘prêt-à-porter’ em detrimento do sob medida.”





FIG.9 - Pormenor de uma peça Haute Couture FW 2014/15, Chanel.  
Fonte: <https://www.pinterest.com.au/pin/254523816417042866/>. Acedido a 26/01/2018

Era de esperar a sua extinção dando primazia à tecnologia emergente, que levaria ao aparecimento de uma nova perspetiva na confeção de vestuário, a produção em serie e mais tarde o *ready-to-wear*. Mas em vez disso, a *Haute-Couture* afirmou-se no segmento de luxo encontrando aí o seu nicho de mercado, até aos dias de hoje produzindo vestuário de confeção manual personalizada e exclusiva, fazendo com que:

*“ (...) a técnica de costura manual ergue-se de modo a estabelecer uma distinção em relação a uma condição do passado. O que haviam sido as técnicas de costura e alfaiataria ao serviço individual de clientes, e por uns momentos algumas montagens parciais ou vestuário de pronto a vestir, tornou-se uma atividade independente, a qual atendia os pedidos dos clientes, mas que se inspirou no conceito de fashion designer o qual já não era um artesão ao serviço do estado ou de um patrão, mas tornou-se um criador independente.” (MARTIN, KODA 1995:15)<sup>9</sup>*

O trabalho característico da Alta-Costura encontra-se além da França também em outros países, tais como a Itália, a Espanha, Inglaterra, Alemanha e os Estados Unidos. Porém a designação usada é Alta-Moda ou *High-Fashion*, dado que o termo *Haute-Couture* apenas pode ser empregue pelas casas parisienses que pertençam à organização *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*, criada em 1945 em Paris. É esta que regulamenta a qualidade e as práticas das Casas de Alta-Costura segundo as diretrizes da casa criada por Worth, no inverno de 1857/58. As regras que os membros da *Chambre Syndicale* tem que seguir para pertencer a esta instituição são as seguintes:

*“ (...) empregar pelo menos 20 pessoas no atelier de costura, tem que apresentar pelo menos 50 designs; peças de dia e de noite para a imprensa durante as estações de primavera/verão e outono/inverno e apresentar as coleções a potenciais clientes nas respetivas Couture Houses. A principal função destes organismos é a promoção dos produtos dos seus associados coordenando um calendário de apresentações duas vezes por ano (...)” (WADDELL 2004:4,5)*

---

<sup>9</sup> [T.L.:] “(...) an art of hand-sewn techniques arose in order to establish a distinction affiliated with an old order. What had been the particular skills of dressmaking and tailoring in the service of individual clients, and in a few instances to some partially assembled or ready-to-wear garments, became an independent enterprise, one that answered to clientes but too kits initiative from the concepts of the fashion designer, now no artisan to the state or patron, but a viably independent creator.”



FIG.10 - Pormenor de um vestido de Alexander McQueen, SS 2006.  
Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/18014467233726682/>. Acedido a 26/01/2018



A Alta-Costura e a indústria da moda estão intimamente ligadas, uma não poderia existir sem a outra. A Alta-Costura possui uma identidade de montra/mostruário das novidades de cada época/estação, através dela o mercado é informado das últimas tendências, que vão ser assimiladas e reproduzidas pela indústria (Fig.10). Esta estrutura funciona de forma sazonal, contribuindo para que a indústria acompanhe o ritmo imposto pela moda ditada pela Alta-Costura.

*“Como a maior parte das indústrias, a moda necessita de inovação para sobreviver e prosperar; a inovação recai sobre a invenção de ideias originais para promover a mudança, e a mudança é o que mantém o mercado vigoroso e interessado. (...) Sem o ímpeto de novas ideias, indústrias como a da moda rapidamente definhavam e morriam.” WADDELL (2004: XII) <sup>10</sup>*

---

<sup>10</sup> [T.L.:] “As with most industries, fashion needs innovation to survive and prosper; innovation relies on the inventive and original ideas of designers to prompt change, and change is what keeps the market healthy and interested. (...) Without the impetus of new ideas, industries like fashion soon shrivel and die.”



FIG.11 - Fotografia de uma cena do filme Marie Antoinette, de Sofia Coppola, demonstrativa do período barroco. Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/653796070874634258/>, Acedido a 26/01/2017

## **2.3.2 | A ALTA-COSTURA NO ÂMBITO SOCIO-CULTURAL E ANTROPOLÓGICO**

A moda é um espelho do que se passa a nível sociocultural. Na observação da sua história ela reflete a visão do mundo que a rodeia, assim:

*“ (...) a sua essência é uma reflexão do estado de espírito de uma particular cultura e do seu tempo (...) estudar as fascinantes metamorfoses de Haute Couture, das suas origens até ao movimento atual em direção uma nova simplicidade da forma e modernismo de têxteis e tecnologia. Como no passado, hoje a Alta-Costura desenvolve-se em reconhecimento do seu tempo. Com a proximidade do milénio (...) as inovações em Haute Couture vão continuar a estabelecer padrões no design de vestuário.” (MARTIN e KODA 1995:7) <sup>11</sup>*

A vida em sociedade pressupõe a assimilação, desde a nascença, de valores, que fazem com que um indivíduo pertença a uma determinada cultura. Estes valores são apreendidos como símbolos que codificam ou decodificam comportamentos (Fig.11). “O Homem e só o Homem possui a capacidade mental para conceber valores simbólicos, praticamente sem limites, para atribuir a qualquer coisa, seja ao que for; e para arranjar e modificar significado simbólicos, se assim o desejar.” (TITIEV 1963:94)

Uma sociedade, a partir de um certo estado de desenvolvimento civilizacional, é composta por diversas classes sociais, as quais estabelecem contacto entre si, de uma forma verbal e não-verbal e onde a estratificação social se impõe como forma de estabilizar o sistema. Considerando também que “Há medida que nos dias de hoje a

---

<sup>11</sup> [T.L.:] “its essence is a reflection of the mood of its particular time (...) Study the fascinating metamorphosis of couture, from its origins to the current movement toward a new simplicity of shape and modernismo of fabric and technology (...) the innovations of couture will continue to set the modern standards of clothing design.”

semiótica vai entrando na moda, os semiólogos dizem-nos que também a moda é uma linguagem de signos, um sistema não-verbal de comunicação.” (LURIE 2000:3) <sup>12</sup>

A moda é uma ferramenta de comunicação, de expressão pessoal ou de grupo que permite através da criação de símbolos identificar a posição de cada elemento numa sociedade, assim é em parte através do vestuário que as relações sociais se estabelecem, “Moda e roupa, são provavelmente as formas mais significativas nas quais as relações sociais entre pessoas são construídas, experienciadas e compreendidas. As coisas que as pessoas usam, dão forma e cor a distinções e diferenças sociais.” (BARNARD 2012:9) <sup>13</sup>

Analisando o lugar da Alta-Costura na indústria da moda, encontramos uma analogia na posição que as classes altas ocupam na sociedade. Com o aparecer de novas tendências, as elites utilizam códigos de diferenciação das classes mais baixas, pois: “Não há sociedade estatal-hierárquica sem escalada de sinais faustosos de desigualdade social (...)” (LIPOVETSKY e ROUX 2012:41)

O comportamento dos indivíduos de uma determinada classe é portador de códigos/símbolos que comunicam a sua posição quer com os membros do mesmo grupo, quer com os membros de diferentes classes, pois “ (...) Pode-se afirmar, com certa segurança que, mesmo dentro dos limites de uma sociedade única, diferentes padrões de cultura, que envolvem frequentemente diferentes interações com o ambiente físico, se aplicam a pessoas de posição superior ou inferior. ” (TITIEV 1663:221,222)

No contexto social o objeto é portador de uma carga simbólica, que pode ser comunicada de diferentes formas, dependendo do seu utilizador e do meio onde se encontra. No caso do objeto de Alta-Costura que é “consumido” pelas elites da classe-alta, ele vai ser fonte de caracterização, já que “Os bens de consumo assumem significados diversos, para além dos da funcionalidade e utilitarismo, tornando se objetos

---

<sup>12</sup> [T.L.:] “Today as semiotics becomes fashionable, sociologists tell us that fashion too is a language of signs, a nonverbal system of communication.” (LURIE 2000:3)

<sup>13</sup> [T.L.:] “Fashion and clothing, that is, maybe the most significant ways in which social relations between people are constructed, experienced and understood. The things that people wear give shape and color to social distinctions and inequalities.”

de representação, veículos de afirmação social e/ou de prazer pessoal.” (OBSERVATÓRIO DO COMÉRCIO 2002:77).

Assim como uma (...) peça de vestuário não é um item de moda antes de alguém o usar para indicar o seu espaço atual ou ideal numa estrutura social.” e “É apenas o contexto que permite a identificação de uma peça de vestuário como moda ou não-moda, assim como é apenas o contexto que permite a identificação do significado correto destas palavras” (BARNARD 2012:9) <sup>14</sup>

Ao adquirir um objeto único a que só a sua classe tem oportunidade de usar, esse indivíduo está a afirmar perante as classes mais baixas a sua posição, o seu *status quo*. Mas não basta usar um objeto inacessível à maioria das classes para obter essa estratificação. Existe todo um cerimonial quanto ao tempo e ao espaço, assim como a forma como é usado. “ (...) Oferece-se os mais ricos presentes por ocasião das festas e datas simbólicas, os produtos mais caros são muitas vezes consumidos segundo um código de regras cerimoniais.” (LIPOVETSKY e ROUX 2012: 100), pois segundo AUGÉ (2006:53) “ (...) a teoria da pessoa e do acontecimento mostram-se muito ligadas uma à outra, porque a pessoa nunca é apreendida se não em ato ou definida em relação aos acontecimentos.”

O objeto de luxo, especialmente a peça de Alta-Costura é usada em lugares com significado social e simbólico: “Podemos aprender o lugar como essencialmente cheio. Está cheio de sentido social e a redundância do social e do espacial poderia definir o lugar ideal como sendo aquele onde tudo faz sentido.” AUGÉ (2006:127).

Segundo SIMMEL (1992:601) o espaço social e físico complementam-se e “A ação recíproca faz do espaço, até então vazio e nada, qualquer coisa para nós, preenche-o enquanto ele a torna possível”, assim os códigos sociais ganham vida/sentido quando verificados em determinado espaço, nas classes mais altas as peças de vestuário usadas em situações como eventos da alta sociedade; festas exclusivas; casamentos; cerimónias, etc... vão enfatizar tanto o lugar como o indivíduo que o usa.

---

<sup>14</sup> [T.L.:] “It is only the context that allows the identification of a garment as fashion or non-fashion, as it is only the context that allows the identification of the correct meaning of these words.”





Fig. 12- Fila para comprar produtos de luxo na Louis Vuitton, na China. Fonte: <https://executiva.pt/o-novo-luxo-global/>. Acedido a 26/01/2018 Fig. 13 - Loja da Chanel em Londres no "Boxing Day" (Black Friday nos EU). Fonte: <http://www.businessinsider.com/londons-boxing-day-shopping-frenzy-2013-12>. Acedido a 26/01/2018

## **2.4 | O PRODUTO DE LUXO NA ATUALIDADE - O NOVO LUXO / SEMI-LUXO**

“Nem tradição nem moda, o luxo hoje é hibridação da tradição e da moda, reestruturação do tempo da tradição pelo da moda, reinvenção e reinterpretação do passado pela lógica do presente.” (LIPOVETSKY e ROUX 2012: 98)

A função principal do luxo era, no passado, sobretudo a de exprimir a simbologia do poder e estratificação da sociedade. Entretanto observamos no século XX a tendência já referida para a democratização e, em conjunto com a lógica da sociedade industrializada, a massificação e consequentemente, a progressiva banalização do luxo. A logotipização dos produtos, nos anos 80, resultando numa verdadeira febre das marcas, ilustra perfeitamente este fenómeno.

Com esta nova visão (capitalista) do luxo, surge a expressão “democratização” do luxo, que pretende tornar o luxo acessível a todos (Fig.12,13). Passou-se do exclusivo à comercialização “em serie”. Como diz LIPOVETSKY e ROUX (2012:107) “(...) o sector do luxo empenhou-se numa verdadeira mutação. Passou (...) de uma lógica artesanal e familiar a uma lógica industrial.” Os nomes das casas e dos costureiros transformam-se em marcas. Nos anos 80 surgem os grandes grupos de marcas de luxo como *Louis Vuitton & Moët Hennessy* (LVMH), *Pinault, Printemps & Redoute* (PPR), *Richemont* e *Prada Group*, os quais são exemplos de uma filosofia meramente comercial.

Os grandes grupos de marcas de luxo disponibilizam os seus produtos a segmentos alargados da sociedade, e, consequentemente, “(...) reduzem a distância psicológica entre os dois segmentos, ‘luxo’ e ‘massas’.” LIPOVETSKY e ROUX (2012: 115) fazendo com que a ligação estreita à estratificação social, papel distintivo do luxo durante a história, seja posto em causa.

A partir dos anos 90, tendo como modelo as grandes marcas de luxo, outras marcas adotaram novas estratégias comerciais, passando também a ter bens similares a um preço mais acessível. Verifica-se um aumento do número de marcas disponíveis e

uma maior oferta de bens deste tipo, que também foi provocado pelo desenvolvimento da nova tecnologia digital, a internet, que possibilitou uma maior rapidez na difusão da informação, quer na perspectiva das marcas, quer na do utilizador. A abundância da oferta leva o consumidor a querer recuperar alguma individualidade no mundo massificado. As marcas respondem com a ênfase, em parte só ao nível da publicidade, de uma “experiência” supostamente individual, mas também com produtos verdadeiramente customizados.

“A influência levou a os consumidores a se tornar individualistas e experimentais nas suas escolhas de moda.” (OKONKWO 2007:226)<sup>15</sup> O consumidor dos dias de hoje procura mais do que um produto físico, procura algo que se traduza numa emoção, numa ligação afetiva/emotiva, uma experiência.“(...) trata-se não tanto de pertencer a um grupo ou de testemunhar um estado de riqueza mas de exprimir uma personalidade singular, uma originalidade, um gosto pessoal liberto de formas e cenários convencionais.” (LIPOVESTKYN e ROUX 2012:64)

A produção de bens de luxo passou desta forma a ser direcionado a dois tipos de público, o cliente tradicional, rico, de classe-alta, que consome luxo de cariz tradicional, e o novo cliente, sobretudo membros da classe média alta que consome o “luxo das massas”. O cliente é aliciado com as novas gamas de produtos constantemente criadas pelas grandes marcas, como os perfumes e cosmética, relógios e joalharia, eyewear, etc. As marcas apoiam as suas táticas de vendas num *marketing* sofisticado, baseado na influência do subconsciente do público-alvo, a pretensão de algo inatingível, vendendo em primeiro lugar um sonho ou uma miragem.

A esse novo luxo, ou semi-luxo, muitos podem ter acesso, proporcionando ao novo consumidor o disfrutar dos prazeres efémeros do consumo de produtos de luxo. “Ao baixar os preços, o grande armazém conseguiu <democratizar o luxo>, mais exatamente a transformar certos tipos de bens, outrora reservados às elites endinheiradas, em artigos de consumo corrente, a promover o ato de compra de objetos não estritamente necessários.” (LIPOVESTKY e ROUX 2012:55)

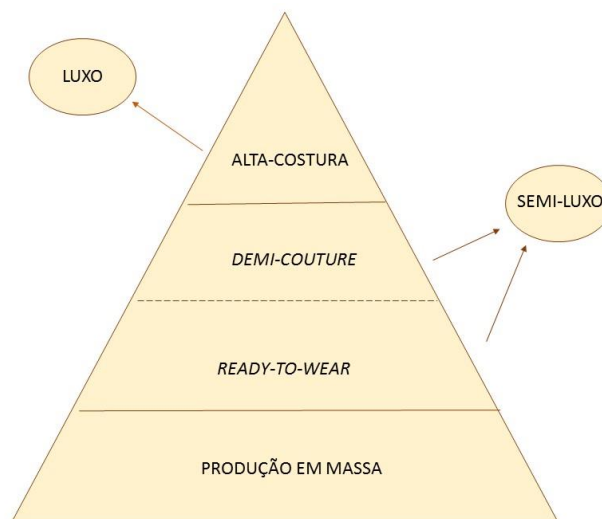
---

<sup>15</sup> [T.L.:] “The influence has led consumers to be individualistic and experimental in their fashion choices.”



## 2.4.1| O NOVO LUXO / SEMI-LUXO E O PRODUTO DE MODA

Os produtos das áreas da indústria da moda que se enquadram no âmbito do semi-luxo são o *ready-to-wear* e a sua vertente mais dispendiosa, a *demi-couture*.



**Fig.14** - Pirâmide das áreas da indústria da moda. Fonte: Autor (2018) com base nos autores do livro "The Fundamentals of Fashion Design" (SORGER & UDALE 2006)

“Comprar pronto-a-vestir significa que o consumidor seleciona peças já do seu tamanho, diretamente do cabide, experimenta-os, descarta qualquer estilo que não caiba ou que não lhe agrada, e mais importante que tudo, saiba imediatamente como a roupa lhe vai ficar.”(WADDEL 2004:23)<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>[T.I.:] “Buying ready-to-wear means that the costumer can select garments, already in their size, direct from the dress rail, try them on, discard any styles that do not suit or fit, and know, most importantly of all, exactly what he or she looks like in the garment there and then.”

O *ready-to-wear*, também conhecido pelos termos *prêt-à-porter*, *off-the-peg* ou pronto-a-vestir, é uma das áreas da moda que se distancia largamente da Alta-Costura pelo facto da sua produção ser completamente industrial, em tamanho *standard*, são peças de design desenvolvidas a partir de uma coleção apresentada de seis em seis meses, possuindo acabamentos e tecidos geralmente de boa qualidade.

O *ready-to-wear* difere da produção em massa dos pontos a cima já mencionados:

- Das coleções apresentadas sazonalmente e que a produção em massa não possui.
- Os produtos de produção em massa tem um caracter de *fast-fashion*, isso

verifica-se logo desde a sua conceção, são lançados apenas com três meses de antecedência, a qualidade dos acabamentos e tecidos são em regra mais fracos, tendo ainda uma produção numa escala muito maior sem o devido acompanhamento porque em regra efetuada em países com mão-de-obra barata.

*“O termo “couture” é muitas vezes usado na indústria de vestuário para se indicar uma linha de vestuário sugerindo uma ambiência de classe alta. Por exemplo, uma empresa de vestuário pode produzir uma linha de roupa mais cara e chama-la de “couture line”.(...) No entanto, se forem utilizadas técnicas de produção industrial na construção desse vestuário, essa linha é considerada ready-to-wear e não couture.”(BURNS, BRYANT 1997:105)<sup>17</sup>*

A *demi-Couture* é um exemplo deste fenómeno do novo luxo acima descrito, que já aparece desde os anos 60, quando as casas de Alta-Costura haviam perdido muitos dos seus clientes dado o espírito da época, que celebrava o novo mundo de prosperidade para todos, do progresso tecnológico e do consumo das massas, os produtos industriais tornaram-se, na mente coletiva, sinónimo de um progresso da sociedade, tornando-os apetecíveis também para clientes potenciais de produtos de luxo. Em consequência as grandes marcas viram-se obrigadas a restabelecer os seus lucros lançando uma nova gama, a *demi-Couture* (um *ready-to-wear* de luxo), mais parecido com o vestuário do pronto-a-vestir, que dos produtos de Alta-Costura. A *demi-couture* possui coleções

---

<sup>17</sup> [T.I.:] “The term “couture” is sometimes used in the apparel industry to impart an “upper class” ambience to a apparel line. For example, an apparel company might produce a High-priced line and call it “couture” line. (...) However, if mass-production techniques are used in producing the apparel, the line is considered *ready-to-wear* and not “couture”.”

planeadas e é apresentada de seis em seis meses é produzida industrialmente, mas podendo ter uma componente manual na sua produção, nomeadamente em pormenores e acabamentos, existem em tamanhos *standard*, não individualizados, mas com especial foco nos tecidos e acabamentos de elevada qualidade, que faz com se situe num patamar elevado a nível preço/mercado. O primeiro designer a lançar este tipo de produto foi “Pierre Cardin (...) em 1959, e foi imediatamente expulso da *Chambre Syndical*. De qualquer forma, a sua expulsão durou pouco tempo e nos dez anos seguintes muitas outras casas de Alta-Costura seguiram o seu exemplo.” (SHAEFFER 1994:19)

<sup>18</sup>Outros nomes importantes desta nova gama são “(...) Coco Chanel, Christian Dior e Yves St. Laurent, primeiros famosos no domínio da Alta-Costura Francesa (*high fashion*) e mais tarde associados ao *ready-to-wear* dispendioso.” (BURNS, BRYANT 1997:103)<sup>19</sup>, um pronto-a-vestir de luxo, a *demi-couture*.

---

<sup>18</sup> [T.L.:] “Pierre Cardin (...) in 1959, was promptly expelled from the *Chambre Syndicale*. His expulsion was short-lived, however, in the next ten years, many of other *couture* houses followed his exemple.”

<sup>19</sup> [T.L.:] “(...) Coco Chanel, Christian Dior, and Yves St. Laurent, first became famous in the realm of French Haute Couture (High fashion) and later became associated with expensive ready-to-wear.”



FIG.15 - Fotografia de um pormenor da loja Storytailors. Fonte: Autora (2017)

## **3| ESTÁGIO, DESENVOLVIMENTO DE TRABALHO PRÁTICO**

### **3.1| A EMPRESA**

#### **3.1.1| HISTÓRIA DA EMPRESA**

A Storytailors é uma marca de moda nacional de autor, fundada em Lisboa em 2001, pelos designers João Branco e Luís Sanchez (Fig.17).

Os cofundadores, João Branco e Luís Sanchez, conheceram-se em 1996 no curso de Design de Moda da Faculdade de Arquitectura de Lisboa.

Em 2001, descobriram que os seus gostos e conhecimentos se complementavam e criaram uma dupla sob o nome Storytailors (Fig.16).

O nome Storytailors foi escolhido pela combinação do gosto de ambos por história e estórias e pelo seu interesse pela construção de vestuário.

Em 2006 instalaram-se no Chiado, na loja/ateliê que atualmente ocupam (Fig.15).

A *Storytailors* integra o calendário de moda em Portugal, fazendo as suas apresentações sazonalmente.

O seu conceito de moda, tão característico, tem sido foco de atenção nacional e internacional tendo já apresentado o seu trabalho em Paris, Nova-Iorque, Washington e Londres. As suas peças são frequentemente solicitadas para exposições, como por exemplo, no MUDE (Museu do Design e da Moda), no Museu do Traje em Lisboa, ou no FIT (*Fashion Institute of Technology*) em Nova Iorque.

Em 2015 a Storytailors participou na exposição “*Iberian Suit*” em Washington, a convite do *Kennedy Center* e do *Arte Institute*, com o tema “Blue and White”.

O trabalho da Storytailors abrange também outras áreas artísticas a nível nacional e internacional. Na área do teatro desenvolveram figurinos para peças apresentadas no Teatro D. Maria II, Teatro Municipal de S.Luís, Fundação Calouste Gulbenkian em Lisboa e o teatro de S.João, no Porto. Na área do cinema desenvolveram trabalho para apresentações de personagens da Disney, filmes do realizador *Tim Burton* e do filme “Crimson Peak” de *Guillermo Del Toro*. Na área da música destacam-se os projetos para artistas como os *The Gift*, Amália Hoje, Mísia e Yolanda Soares.



FIG.16—Logotipo da marca Storytailors, Fonte: Ateliê Storytailors (2017)



FIG.17– Designers da marca Storytailors, João Branco e Luís Sanchez. Fonte: Atelier Storytailors (2017)





Fig.18- Vestido da coleção Storytailors SS, Narke, "The Story of a Dress", CHAPTER I, "[This is not a Cinderella Story](http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en)".  
Fonte: [http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection\\_index/?lang=en](http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en). Acedido a 26/01/2018



### 3.1.2. | CARACTERIZAÇÃO DA MARCA

A marca Storytailors com a sua paixão pelo design original e inconfundível é caracterizada pelas suas formas complexas e arquitetónicas, com silhuetas únicas e extravagantes de uma criatividade notável e um estilo imediatamente reconhecível (Fig.18,20).

A marca inspira-se na história ou em estórias de forma metafórica, apresentando uma mistura de diversos tempos espaciais e multiculturais onde aspetos da tradição portuguesa se misturam com tradições de outros países, criando um design intemporal que se exprime em peças de elevado nível técnico e criativo.

As suas coleções refletem um mundo imaginário com múltiplas referências ao passado e a um futuro imaginários, onde um ambiente de encantar se funde com temas e tradições de todos os cantos do mundo.

Para além da complexidade que advém das inspirações da marca, as suas peças são pensadas para proporcionar múltiplas formas de utilização, podendo assim ser usadas de diferentes maneiras, quer a nível prático, quer a nível estético. Um exemplo poderá ser o do casaco que pode ser utilizado de duas maneiras ou uma saia que se transforma em outra. O conceito imaginativo das peças proporcionam desta forma ao consumidor um maior número de combinações, estimulando a sua própria criatividade.

Outro ponto característico da marca é o facto de todas as peças das suas coleções permanecerem sempre disponíveis a qualquer altura, proporcionando assim uma vasta oferta de carácter intemporal e servindo elas próprias de suporte para novos projetos.

A marca apresenta duas vertentes de produto, a vertente *“Ready-to-tailor”*, correspondente ao *ready-to-wear*, com peças prontas e disponíveis em loja e a vertente *“Tailor-made”* que corresponde a peças de ateliê feitas por medida.

O ateliê tem como base de trabalho uma técnica de modelagem específica que os designers fundadores desenvolveram ao longo dos anos, utilizando um maior número de

medidas do que na modelagem habitual, proporcionando assim, uma maior aproximação das medidas do corpo para que se pretende vestir. Em projetos do segmento “*Tailor-made*” esta técnica de modelagem faz toda a diferença, pois com base num inventário de medidas previamente tiradas ao cliente o modelista consegue obter uma visão tridimensional do corpo humano, garantindo um melhor *fitting* da peça.

A criatividade da marca não passa apenas pela formas, o ateliê destaca-se também como laboratório de experimentação de técnicas e materiais, podendo observar-se em diversas coleções vários tipos de tecidos manipulados de modo a obter resultados originais, como por exemplo, uma superfície têxtil de laminado de tule e organza que se traduz numa base rígida/estruturada mas com um peso físico e visual muito leve, a sublimação em cortiça ou ainda peças modulares que podem assumir tipologias de vestuário diferentes.

Uma peça icónica do mundo da moda tornou-se uma peça característica da marca, o espartilho, sempre presente nas suas apresentações e abordado de variadíssimas formas. O espartilho é uma peça trabalhada muitas vezes de maneira inovadora, quer na forma quer na aplicação dos materiais, requerendo sempre não somente muito trabalho de ateliê, mas também um elevadíssimo grau de precisão na confeção. A peça é também usado pelos designers da marca como fonte direta de inspiração, o que se voltou a verificar na última apresentação SS2018.

### 3.1.3 | ORGANOGRAMA DA EMPRESA

Organograma da empresa com todos os seus sectores (FIG.19).

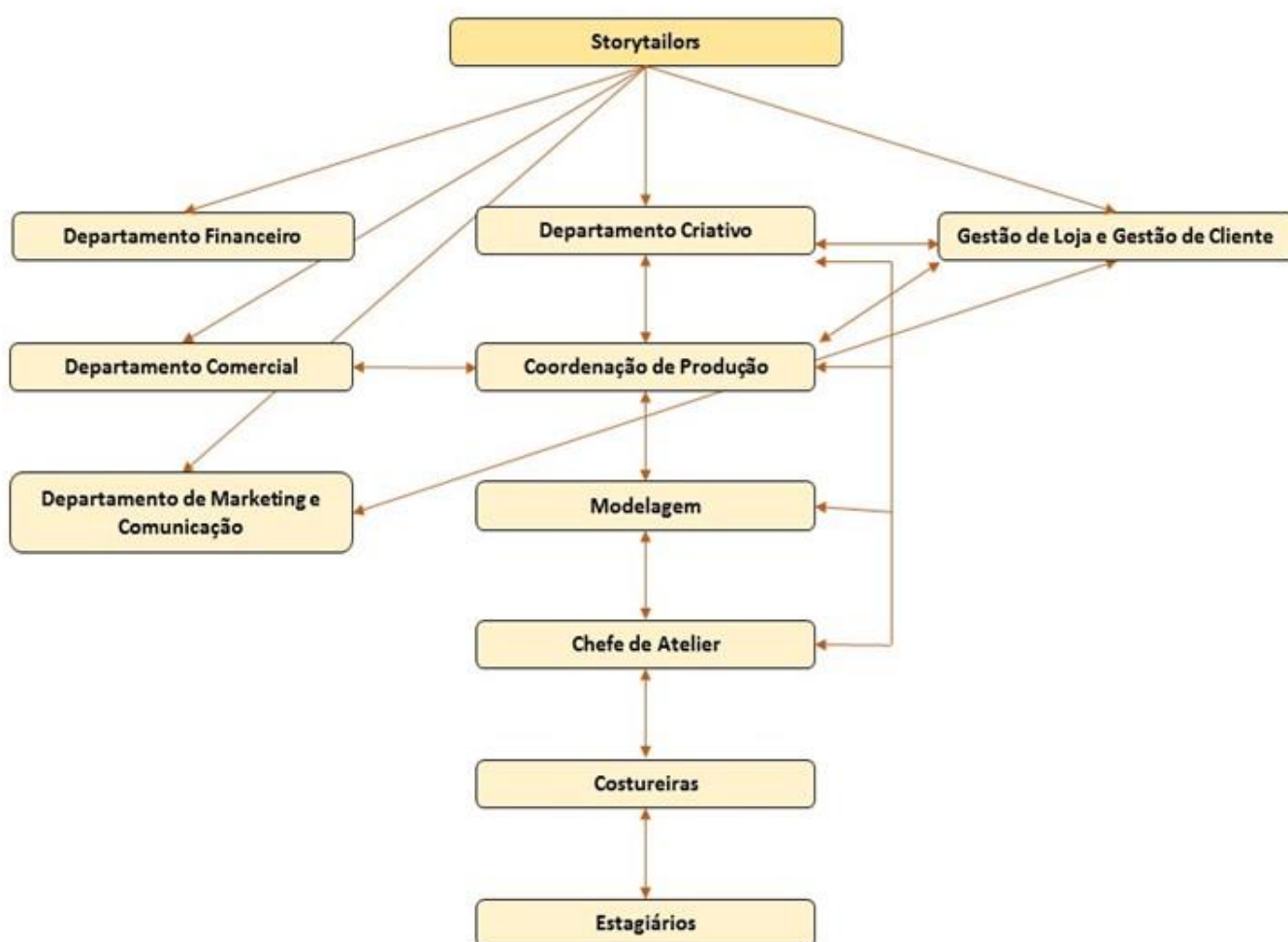


FIG.19 – Organograma da empresa, Fonte: Autora (2017)



Fig.20- Vestido da coleção Storytailors SS, Narke, "The Story of a Dress", CHAPTER I, "This is not a Cinderella Story".  
Fonte: [http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection\\_index/?lang=en](http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en). Acedido a 26/07/2018

### **3.1.4 | VERTENTES DE PRODUTOS DA MARCA STORYTAILORS**

A marca Storytailors oferece dois segmentos de produtos distintos, o “*Ready-to-tailor*” que se aproxima do segmento de mercado *ready-to-wear*, onde o produto é apresentado em tamanhos *standard* e encontra-se disponível para aquisição direta em loja, e o segmento “*Tailor-made*”, feito à medida que se destina a clientes que procuram um produto único, personalizado e especial.

#### **3.1.4.1| O PRODUTO “*READY-TO-TAILOR*”**

“*Ready-to-tailor*” é o equivalente ao *ready-to-wear*, são peças pertencentes a coleções apresentadas e divulgadas como é habitual segundo o calendário da moda, encontrando-se disponíveis em loja, podendo o cliente tomar contacto direto com o produto final. Estas peças são feitas em tamanho *standard* podendo, no entanto, sofrer ajustes para melhor se adaptar ao corpo de um cliente.

O cliente dos produtos “*Ready-to-tailor*” é essencialmente o cliente estrangeiro, que valoriza e procura o design português, tendo preferência pelo design original e diferenciado que se destaca do oferecido pelo mercado de massas. Existem também clientes portugueses, que frequenta a marca com regularidade.

#### **| Desenvolvimento de uma coleção “*Ready-to-tailor*”**

A Storytailors destacam-se por comunicar e exprimir-se através das suas coleções baseadas em histórias contadas numa linguagem metafórica.

No início do processo do desenvolvimento de um novo projeto reúnem-se os designers para um *brainstorming* com base numa palavra, ideia, ou qualquer ponto de inspiração que sirva para contar uma “história” nova, ou o capítulo novo da anterior.

Depois desta reunião cada membro dedica-se à pesquisa que pode ter suporte físico ou digital. Existem reuniões periódicas para trocar ideias sobre o progresso da pesquisa. À medida que o conceito é trabalhado, os tecidos e as cores são escolhidas e vão-se desenvolvendo experiências que podem influenciar a escolha das matérias-primas, texturas, silhuetas e acabamentos.

Quando todo o processo criativo estiver concluído, o conceito já definido assim como as cores, tecidos, etc., é feita uma apresentação geral a toda a equipa, para tomarem conhecimento da nova coleção, e marcadas reuniões com os diversos sectores da empresa para discutir pormenores técnicos. Estas reuniões são periodicamente repetidas até ao final do processo da produção e a apresentação da coleção.

A coordenação de produção, também responsável pelas encomendas, contacta os fornecedores para proceder às encomendas dos tecidos e aviamentos.

Em paralelo a modelagem começa o seu processo, sobre um molde-base de corpo, (tamanho 36 para senhora e tamanho 48 para Homem), são criados os modelos que vão ser protótipados em pano-cru e verificados com a equipa de design. As peças são construídas por ordem de tipologia, normalmente começando pelas partes de cima, vestidos, partes de baixo e casacos. À medida que as peças são validadas o seu molde é cortado em tecido final e devidamente preparado para seguir para confeção. Em confeção é a chefe de ateliê que define, em função da dificuldade da peça ou do manuseamento do tecido quem a vai confeccionar.

Uma vez a peça acabada, com respetivas etiquetas de marca, tamanho e composição, ela é passada a ferro e colocada num *charriot* com a identificação da coleção.

Os acessórios, sapatos, joias, malas são patrocinados por marcas parceiras.

Nos dias que antecedem a apresentação, os modelos dirigem-se ao ateliê para proceder ao *fitting* das peças, escolher os acessórios e verificar os coordenados e atribuí-los aos modelos. Os coordenados ficam assim arrumados, catalogados, com a foto do modelo que o vai desfilas e a indicação de que modo vai vestir o coordenado.

É a equipa criativa em conjunto com membros do Portugal Fashion que escolhe quer o local do desfile, quer o tipo de apresentação que vão efetuar.

O processo está concluído quando as peças foram terminadas, o *fitting* feito, a data, o espaço e apresentação definidos e a divulgação do evento efetuada.

No dia anterior ao desfile é feita uma nova reunião geral com toda a equipa para fazer um ponto de situação final de toda a informação necessária e distribuir tarefas para o dia seguinte. É usual neste dia proceder-se ainda ao acabamento de peças pendentes, como pregar botões, bainhas, colocar etiquetas e passar a ferro.

No dia da coleção as peças são colocadas em porta-fatos e transportadas para o local da apresentação.

Já no local, poucas horas antes da hora marcada, os modelos são vestidos e procede-se ao ensaio no espaço real.

Depois do final do evento, as peças são contadas e levadas novamente para o ateliê, onde são verificadas para proceder a eventuais arranjos ou, se for necessário, serem enviadas para a lavandaria. As peças são passadas a ferro e organizadas em charriot, onde ficam a aguardar uma nova apresentação, como *photoshooting*, empréstimo para adereço ou outro desfile.

### **3.1.4.2 | O PRODUTO “*TAILOR-MADE*”**

“*Tailor-made*” é o segmento da marca que possui um processo de produção específica e que se destaca do “*Ready-to-tailor*”, distingue-se por peças de ateliê feitas à medida, de carácter individual e de design exclusivo.

O cliente das peças “*Tailor-made*” é em regra de nacionalidade portuguesa, de elevado poder de compra, procurando um atendimento personalizado e valorizando o design da marca, tal como os materiais e acabamentos requintados. Estas peças são usadas normalmente em ocasiões especiais, onde o cliente pretende assumir um papel

de destaque, como eventos sociais, mas também festas familiares, como casamentos ou batizados.

## **| Desenvolvimento de um projeto “*Tailor-made*”**

Um projeto “*Tailor-made*” começa pelo contato por parte do cliente com a Storytailors agendando uma reunião. Os designers e a responsável pela coordenação da produção, na reunião com o cliente expõem as suas ideias e a equipa tenta da melhor forma aconselha-lo, discutindo conceitos e materiais, realizando um croqui para melhor visualizar a futura peça. A equipa também tem um papel de consultoria de imagem, auxiliando o cliente nas suas escolhas, pois existem clientes que sabem concretamente o que procuram e outros que apenas possuem uma vaga ideia do que desejam. No decorrer deste processo é elaborada uma ficha de cliente com todas as indicações e pormenores e onde ficam anotadas todas as medidas tiradas ao cliente.

A modelista constrói os moldes base com estas medidas, moldes esses que naturalmente vão ser o suporte de trabalho para construção da peça.

As encomendas dos materiais são prontamente efetuadas, quer dos tecidos ou de aviamentos, tal como procedimentos secundários que sejam necessários efetuar, como plissar, estampar, corte a laser, etc.

Em encomendas de ateliê são em regra marcadas três provas, sendo a última prova feita no momento da entrega, pois poderá haver a necessidade de um ajuste não previsto, como por exemplo, no caso do peso do cliente ter-se alterado ou qualquer outra componente da peça precisar de retificação.

Todo o processo de marcação de provas é organizado com a coordenação de produção e a colegas de loja que efetua a gestão de cliente, assim todas as provas são marcadas de acordo com a disponibilidade do cliente.

Todas as provas são feitas pelos designers, a chefe do atelier e pela responsável de modelagem.



Na primeira prova o cliente tem contacto físico com a sua peça, ele experimenta o protótipo em pano-cru ou outro tecido que tenha um comportamento semelhante ao tecido final da sua peça. Esta prova tendo um carácter mais técnico, servindo para adaptar a forma ao corpo do cliente e proceder aos ajustes necessários para este efeito.

Depois da primeira prova a modelista procede à correção do molde inicial fazendo as respetivas modificações. Depois desta operação o molde é cortado no tecido final e montado, de modo a peça estar preparada para a próxima prova.

A segunda prova serve não somente para pequenas retificações de pormenores, mas sobretudo para o ajuste final da peça ao corpo do cliente, que a deve sentir como uma “segunda pele”.

Esta prova é mais interessante do ponto de vista da reação do cliente em relação à peça, pois nesta fase ele a experimenta já em tecido final, já lhe sendo possível ter uma visão da peça acabada. É aqui que surge a sua ligação emocional com a peça.

Em regra a peça segue agora para a confeção, para se proceder ao seu acabamento.

Quando todo o processo está concluído e a peça terminada é marcada a prova de entrega segundo a disponibilidade do cliente. Nesta prova ainda pode surgir a necessidade de pequenas alterações ou retificações.



Fig.21 – Fotografia de desfile da coleção Storytailors FW 2015/16 “El Diablo, The Old-Girl, La Sayona del, And her Calabash”. Fonte: <https://www.pinterest.fr/pin/433964114073094487/>. Acedido a 26/01/2018

### 3.1.5 | O ATELIER STORYTAILORS E A ALTA-COSTURA

No trabalho da marca Storytailors, em especial na vertente de produto “*Tailor-made*”, podem observar-se de fato vários elementos, procedimentos e técnicas que são características de Alta-Costura (Fig.21,22).

Como descreve SHAEFFER (1994) no capítulo que sobre o processo de uma encomenda na casa *Dior*, podem-se identificar quais os pontos onde estas duas vertentes de mercado/produto se tocam. Estas semelhanças encontram-se presentes no desenvolvimento da peça a vários níveis, que passam pelo atendimento, criação e construção da peça sempre com foco no cliente, nas suas necessidades, exigências e expectativas, tornando o atendimento, o produto e a experiência únicos e exclusivos.

Ambas as casas começam o desenvolvimento de um produto com o agendamento de uma reunião do departamento de design, a chefe de atelier e a coordenadora de produção com o cliente, onde são discutidas ideias, como silhuetas e tecidos, que melhor adaptam as expectativas dele à sua figura. No final deste processo é elaborado um croqui da peça final, em presença do cliente. Tal como acontece na Alta-Costura, a Storytailors proporciona então um serviço de aconselhamento personalizado do cliente. Depois são tiradas as medidas ao cliente, no caso de um cliente novo, quando se trata de um cliente da casa, as medidas previamente tiradas são revistas e retificadas.

Tal como é habitual no âmbito da Alta-Costura, nesta reunião é ainda elaborada uma ficha de cliente onde constam todas as anotações do projeto e uma folha, onde são apontadas as medidas tiradas ao corpo do cliente, que, como em Alta-Costura, são feitas em maior número e em pontos estratégicos, o que irá contribuir para o *fitting* da peça. Com as respetivas medidas a modelista constrói os moldes base do corpo do cliente, que vão servir de suporte para a construção da peça.

Em Alta-Costura a peça é trabalhada num manequim individual elaborado à base das medidas de cada cliente, o ateliê Storytailors difere desta prática no sentido que dispensa o manequim individual, que é substituído por um molde-base do corpo do cliente, elaborado à partir de uma série de medições próprias da empresa, que permitem

obter uma ideia da forma em 3D da figura do cliente. Este procedimento individualizado contrasta com a prática comum usada na modelagem, que parte de modelos-base pré-concebidos que são simplesmente adaptados ao corpo do cliente.

Tal como num trabalho individualizado, são feitas habitualmente duas provas, no caso da Storytailors há uma terceira e última prova, onde o *fitting* da peça é confirmado e verificado se existe a necessidade de se proceder a alguma pequena retificação.

Todas as provas são marcadas de acordo com a disponibilidade do cliente e em casos especiais, a equipa poderá deslocar-se até ao cliente para efetuar a prova.

É na primeira prova que o cliente tem o contato inicial físico com a peça, é experimentado um protótipo em pano-cru ou em outro tecido que tenha um comportamento semelhante do tecido final da peça. Esta prova possui um caráter mais técnico e visa adaptar a forma da peça ao corpo do cliente, procedendo aos respetivos ajustes.

Depois das modificações do molde inicial efetuadas, é cortado o tecido final e montado, ficando pronto para a segunda prova, onde a peça vai sofrer o ajuste final, adquirindo um *fitting* perfeito, que adapta a peça ao corpo do cliente como uma “segunda pele”.

Esta prova é a mais importante, do ponto de vista da reação do cliente à sua peça, pois já lhe é possível ter uma visão mais aproximada do resultado final.

Em regra a peça segue agora para confeção, para se proceder ao seu acabamento. Durante esta fase também se pode observar que muitas das técnicas de confeção utilizadas pelo ateliê Storytailors são efetivamente técnicas características da Alta-Costura. As peças possuem uma base de costura à máquina, mas existem muitos procedimentos durante a construção de uma peça, assim como no seu acabamento que são feitas sobre uma base de trabalho manual minucioso, tais como marcações, alinhavos, empastamentos, pontilhar de renda, pequenos pontos à mão para fixação de pontos estratégicos.



FIG. 22 - Fotografia de desfile da coleção *Storytailors* SS 2015 "Voyage Voyage".  
Fonte: <http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&id=15#!/283>. Acedido a 26/01/2018

Em muitas das encomendas da gama “*Tailor-made*” da marca Storytailors são utilizados tecidos nobres de fibras naturais, como a organza, o chiffon, os crepes e cetins em seda natural.

Quando todo o processo está terminado é marcada a entrega, a peça é embalada e entregue em mão ao cliente, ou enviada, como seria habitual em Alta-Costura.

## **| O Utilizador**

O papel do utilizador no desenvolvimento de uma peça “*Tailor-made*” é fundamental, visto que é incluído e individualmente acompanhado no processo desde do seu início.

A encomenda de uma peça desta gama, muitas vezes feita com o intuito da utilização num local ou evento destacado, implica uma carga emotiva e simbólica importante. O cliente dirige-se à Storytailors porque, tal como acontece nas casas de Alta-Costura, procura um produto personalizado e exclusivo que marque perante si ou perante os outros um momento especial ou o torne especial, centro da atenção.

Já no primeiro contacto com o ateliê, pelo atendimento e aconselhamento personalizados começa a ser criado um laço afetivo, a ligação emotiva que distingue um produto de moda feito à medida de um produto massificado.

Esta ligação é reforçada na medida que, no decorrer das provas, o cliente consegue ter uma ideia cada vez mais clara da peça final.

Uma encomenda de um vestido de cerimónia ilustra este fenómeno perfeitamente:

Durante o decorrer do estágio da aluna, uma cliente do ateliê Storytailors marcou uma reunião para discutir a encomenda de um vestido de cerimónia, para ser usado num evento social importante. Em correspondência com a personalidade da cliente, de meia-idade e naturalmente jovial, viva e alegre, foi-lhe proposto pelos designers uma silhueta

em linha trapézio, mais fluida e favorecendo a figura da senhora. Seria uma peça de base em cetim, e uma túnica em organza, ambos com corte em viés, como descrito no respetivo capítulo de projetos sob o título “Vestido de Cerimónia 4”.

Perante estas sugestões, a cliente mostrou-se recetiva, embora inicialmente com algumas reservas em relação ao modelo, que não coincidia com as suas escolhas habituais.

Durante a primeira prova, que foi feita, não em pano-cru, mas dado o carácter fluido e leve da peça final, elaborado num tecido com comportamento similar, a atitude da cliente mudou significativamente, a reação foi de surpresa e expectativa elevada. A cliente comentou que afinal o vestido “tinha tudo a ver com ela” e que se sentia mais jovem.

Na segunda prova, feita em tecido final, a cliente exibiu um entusiasmo e uma alegria extraordinárias, rodopiando e dançando pelo ateliê. No fim considerou a possibilidade de substituir um vestido para o casamento da filha já adquirido por esta peça.





FIG. 23 - Pormenor da Loja Storytailors. Fonte: Autora 2017



## **3.2 | O ESTÁGIO NA EMPRESA STORYTAILORS**

O estágio foi escolhido para a conclusão do ciclo de estudo relativo ao curso de Mestrado em Design de Moda, sendo também uma mais-valia ao nível de experiência profissional na área, onde a aluna pôde por em prática os conhecimentos anteriormente adquiridos e perceber de forma direta como funciona o mundo do trabalho na área da moda, em ambiente de ateliê nacional. O Contacto interpessoal com os membros da equipa também foi um ponto importante, estes aspetos proporcionaram um crescimento de competências não só a nível profissional mas também pessoal.

O ateliê Storytailors foi o local escolhido para estágio pois trabalha com design de autor (Fig. 23) e com projetos particulares, onde o processo da encomenda se cruza em alguns pontos com a área da Alta-Costura tendo assim, o potencial para o desenvolvimento do tema deste relatório de estágio.

O Estágio teve uma duração de seis meses, de 14 de Fevereiro a 14 de Agosto de 2017, neste período a aluna teve a oportunidade de realizar diferenciadas tarefas na empresa.

### 3.2.1 | CALENDÁRIO PROVISIONAL

	S E T	O U T	N O V	D E Z	J A N	F E V	M A R	A B R	M A I	J U N	J U L	A G O	S E T	O U T	N O V	D E Z	J A N
Pesquisa literária																	
Organização da informação																	
Redação da proposta																	
Entrega da proposta final																	
Estágio na Storytailors																	
Redação do relatório de estágio																	
Revisão e correção da dissertação																	
Entrega do relatório																	

FIG.24 – Calendário provisional. Fonte: Autora (2017)

### **3.2.2 | INTEGRAÇÃO NA EMPRESA**

Os primeiros dias na empresa, quer a nível de trabalho quer a nível de equipa foram de adaptação, por parte da aluna assim como da equipa. A chegada de uma nova estagiária, mais velha (supostamente com possíveis hábitos instalados) foi levada com acrescida cautela, mas dentro em pouco a adaptação estava feita e pode-se dizer que a aluna foi adotada por todos os membros da equipa com muito carinho.

A cumplicidade entre a equipa é um fator muito importante assim como a espontaneidade no relacionamento. As longas horas de trabalho foram acompanhadas de boa disposição e companheirismo, fatores que, sem dúvida pesam no sucesso da empresa.

Uma anedota mais marota é sempre motivo de sorrisos e comentários, são momentos de relaxamento e interação entre a equipa e traduzem-se numa maior produtividade a nível de trabalho, assim como uma partilha intergeracional de saberes e emoções.

A disponibilidade da equipa é praticamente total, todos se inteiram dos projetos e não medem esforços para da melhor forma os concretizar.

A pequena equipa Storytailors, com a sua dedicação e empenho, a sua consciência e o seu conhecimento de todos os procedimentos da empresa são a verdadeira ferramenta de trabalho da marca.

### 3.2.3 | ÁREAS DE ENVOLVIMENTO NA ACTIVIDADE

#### DA EMPRESA

No ateliê a aluna teve a oportunidade de pôr em prática muito dos conhecimentos adquiridos, passando pela maior parte dos sectores que compõem a empresa (Fig.25).

Todos os trabalhos em que a aluna participou contribuíram para o seu crescimento enquanto futura profissional da área. Adquiriu a real noção de como funciona um ateliê de marca própria e qual a importância de todos os sectores que a compõem e a função dos seus membros.

Trabalhar no ateliê em simultâneo com encomendas de particulares e com coleções, obrigou a aluna diversas funções em simultâneo de forma a responder a diversas tarefas em tempos breves.

Áreas de Desenvolvimento da Empresa em que a Aluna Participou	D e s i g n	Desenvolvimento Projectual	Pesquisa	Desenvolvimento Projectos Ready-to-tailor e Tailor-made: Pesquisa, escolha cores, tecidos, texturas, silhuetas, acabamentos, experiencias, desenvolvimento de peças ou coordenados
		Desenvolvimento de Produção	Modelagem	Realização de moldes, retificação, escalonamento, Organização de moldes.
			Corte	Comportamento dos tecidos, entretelar, organização para produção
			Prototipagem	Corte, montagem
			Confeção	Moldes, maquinas diversas
	Gestão de Recursos da Empresa		Armazém	Matéria-prima de coleções e clientes, stock de coleções, consumíveis da loja
			Arquivo	Peças icônicas da marca, peças antigas de referência, dossiers de projetos de coleções e clientes
			Aquisição de Materiais em Circuito de Retalho	Aviamentos e bens necessários para o ateliê e loja
			Coordenação de Produção	Encomendas, gestão de stock, gerir projetos, timings
			Loja	Atendimento cliente, arrumação da loja, gerir clientes/encomendas

FIG.25 – Tabela de Áreas da Empresa em que a Aluna Participou. Fonte: Autora (2017)

### 3.2.3.1 | DESIGN

O setor de design é responsável pelo desenvolvimento dos projetos “*ready-to-tailor*” e “*tailor-made*”. É aqui que são feitas as escolhas e decisões que compõem os projetos, processo que é composto por várias fases que começam com os desenvolvimentos projetuais passando pelos desenvolvimentos de produção.

## | DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

### | Pesquisa

A pesquisa é a parte inicial de um projeto de design, é dela que surge toda a informação que leva à construção do tema/inspiração de um projeto e pode ter suporte físico ou digital.

Um projeto começa com um *briefing* onde é apresentada a ideia ou conceito que se pretende desenvolver, antes da informação ser reunida recorre-se com frequência à técnica de *brainstorming* pelos membros da equipa de design, para desenvolver mais ideias. A informação resultante da pesquisa é reunida e usada na construção de um *Moodboard*, que é a matriz do conceito do projeto.

A aluna participou na pesquisa para o desenvolvimento da coleção SS2018 “Palindrome” quer a nível de conceitos, quer a nível técnico para as experiências de criação de superfícies têxteis, com utilização da ideia de desperdício zero, que serviu de inspiração e de suporte técnico.

## **| Cores, Tecidos, Texturas, Silhueta**

No desenvolvimento da fase inicial de um projeto são definidos os tecidos, cores, texturas e silhuetas.

A escolha dos tecidos pode ser influenciada pela pesquisa, por tendências ou pela silhueta, pois pode ser necessário um tecido específico para a construção da peça ou pelo conceito do projeto, como por exemplo no caso da escolha de tecidos tecnológicos ou de uma encomenda específica. A escolha das cores obedece aos mesmos requisitos.

As manipulações têxteis são desenvolvimentos que podem ser utilizadas em pormenores ou em peças completas, transformando o tecido bidimensional em estruturas tridimensionais. Desta forma, podem servir como um elemento importante do design, abrindo a possibilidade do jogo entre formas, luz e sombras.

A silhueta é a forma-base do conjunto visual do conceito da coleção, podendo o designer, por exemplo, escolher uma silhueta mais volumosa para representar um conceito de espaço, de volume ou uma outra, estreita, com formas rígidas e planas. Também é possível usar mais do que uma silhueta para a mesma coleção.

A aluna teve a oportunidade de interagir com os designers em alguns projetos, pôde avaliar a importância destas escolhas e ter uma real percepção de como estes elementos funcionam num ambiente de trabalho.

## **| Experiências de Superfícies Têxteis**

As experiências, partindo do contacto com a matéria-prima e da sua manipulação, são parte integrante do processo de construção de um projeto, podendo definir silhuetas, tipologia de peças, formas, texturas e acabamentos.

As experiências surgiram como um teste à imaginação e capacidades da aluna. Foi-lhe lançado o desafio de criar superfícies têxteis e sugestões de acabamentos para a coleção SS2018 sob a perspetiva do reaproveitamento de tecidos com a ideia de desperdício zero.

A aluna teve de realizar um conjunto de experimentações que pudessem responder a diversos problemas, como por exemplo os acabamentos interiores serem trabalhados de forma criativa para acrescentarem valor estético no interior da peça e esta poder ser usada dos dois lados.

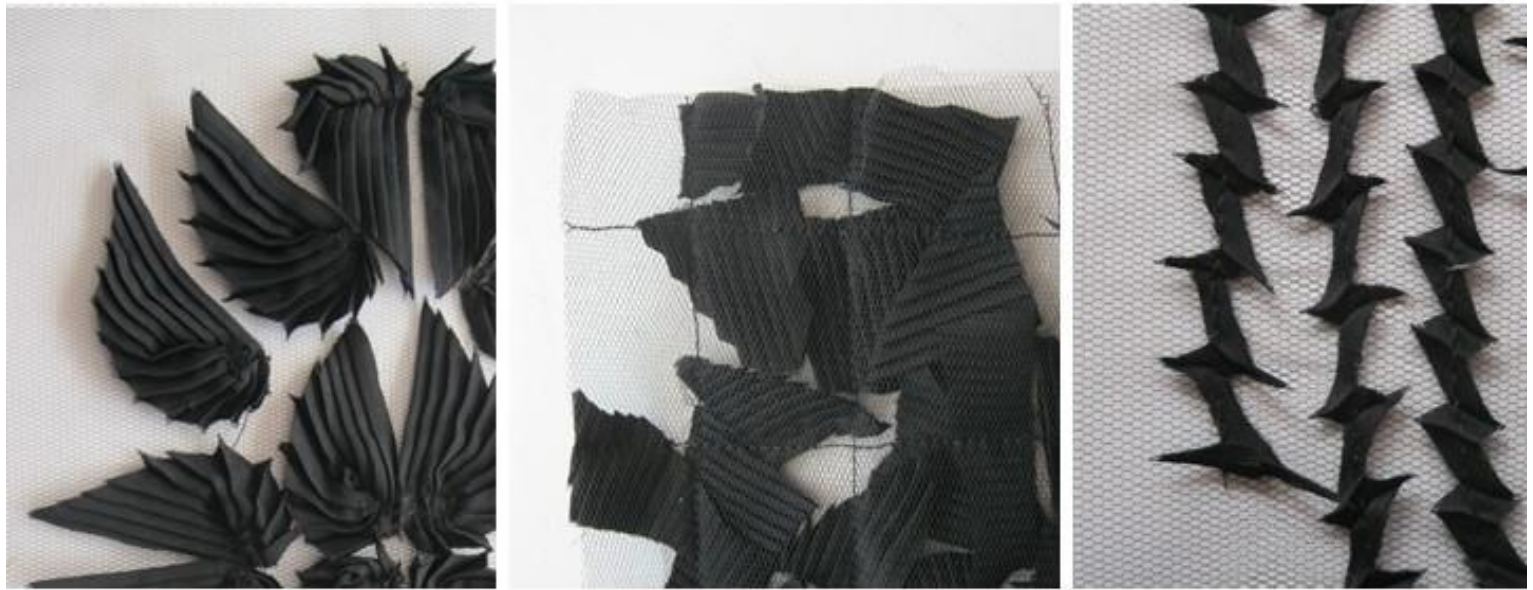


Fig. 26,27,28 - Pormenores das experiências de criação de superfícies têxteis com desperdício zero, em tule e plissado. Fonte: Autora (2017)

## **|Desenvolvimento de peças ou coordenados**

Com o conceito definido, com o *Moodboard* elaborado, com as cores e tecidos escolhidos, e as experiências feitas, é possível começar o desenvolvimento das peças ou coordenados. As peças são criadas com base em formas, elementos gráficos, texturas ou mesmo outras peças, do espólio da marca.

A aluna participou nesta fase do projeto, onde desenvolveu um conjunto de peças base, básicos, para a coleção SS2017 “Versão Comercial Black Hills”, que tinham por inspiração a coleção anterior, SS2017 “Black Hills”.



FIG.29 – Pormenor dos manequins de trabalho do ateliê Storytailors. Fonte: Autora (2017)



## **| DESENVOLVIMENTO DE PRODUÇÃO**

### **| Modelagem**

Também na área da modelagem a aluna pôde ver os seus conhecimentos testados, o trabalho neste sector foi essencial para a consolidação das bases adquiridas pela aluna ao longo do seu percurso académico.

A aluna teve a oportunidade de aprender o método de modelagem usado na empresa que foi desenvolvido pela mesma ao longo dos anos. Este método possibilita um maior rigor na modelagem, pois para a sua construção são necessárias um maior número de medidas do corpo humano do que na modelagem tradicional, estas medidas são tiradas em pontos-chave do corpo fazendo com que se tenha uma percepção a nível tridimensional, da distribuição de volumes do corpo de cada cliente (Fig.29). Depois de adquiridos estes conhecimentos a aluna deu apoio em projetos de ateliê, na construção de bases.

Teve também um papel na construção de moldes quer para peças de coleção quer de ateliê, assim como na sua correção de defeitos quando necessário.

A aluna colocou em prática a técnica de graduação de tamanhos dos moldes, aprendida na Faculdade aplicando-a em diversas ocasiões em moldes de peças de coleção que necessitavam de ser produzidas em outros tamanhos.

### **| Corte**

O corte é uma etapa fulcral na construção e para o bom resultado de uma peça. A realização do protótipo muito raramente é feito no tecido final, mas sim em pano-cru. Quando todo este processo preliminar estiver concluído, procede-se ao corte do tecido definitivo, uma etapa decisiva, pois podem surgir inúmeros problemas numa má execução deste processo. A metragem do tecido para a respetiva peça muitas vezes é encomendada sem contar com possíveis contratempos. Existem várias questões que

podem facilmente comprometer a conclusão em tempo útil, traduzindo-se num problema a nível de gestão de cliente e num gasto acrescido a nível monetário para a empresa.

A aluna auxiliou a seção de corte em diversos projetos distintos tendo tido contacto direto com diversas situações que foram surgindo que a alertaram para a complexidade desta fase de produção. Pôde também aperfeiçoar as técnicas do corte e foi solicitada inúmeras vezes para cortar tecidos que possuem um comportamento mais sensível e que necessitam de mais atenção.

No corte é necessário ter em atenção diversas situações, verificar a orientação do fio direito.

Confirmar se os moldes se encontram todos orientados na mesma direção, seguindo todos o fio do tecido, pois este pode ter um brilho ou textura diferentes em direções opostas.

O comportamento dos materiais ao corte também diferente, um algodão, uma lona, um tecido de lã ou uma sarja de algodão são materiais estáveis e de corte fácil, já o cetim, a musseline, a organza e o cupro são materiais de difícil corte, pois tem um corpo delicado e é preciso muita precisão e capacidade técnica para o efetuar.

Nos tecidos estampados ou com padrão é necessário maior atenção ao corte, pois cada componente da peça tem de ser cortado de forma que no resultado final se obtenha a melhor coincidência possível dos padrões na junção das diferentes partes da peça.

O corte a quente também é utilizado no ateliê, em tecidos sintéticos, é efetuado com uma máquina que possui uma lâmina aquecida, que quando posicionada junto ao tecido o derrete, deixando chiffon um acabamento limpo e que não desfia.

O corte também engloba a preparação para a costura e o corte de crinas e lonas, pois todas as partes que compõem uma peça tem de ficar perfeitamente preparadas para seguir para confeção.

Ao entretelar uma peça há que ter em atenção com que tipo de tecido se está a trabalhar, pois existem matérias-primas que encolhem com o calor, assim como outros tecidos difíceis de trabalhar, como a organza, o ou o cupro, nestes casos o tecido é primeiro entretelado e só depois se procede ao corte dos componentes da peça. Em relação a este processo do entretelamento, é também preciso ter em consideração os tecidos que pela sua composição não podem estar em contacto com altas temperaturas pois isso danifica a sua estrutura.

Depois de se proceder ao corte do tecido, entretelagem e outros procedimentos necessários, os componentes seguem para produção acompanhados do molde, ficha técnica e em alguns casos, de peças mais complexas, de um protótipo. Quando se inicia o processo de confeção, a costureira tem acesso a todos os componentes da peça, devidamente identificados.

## **| Modelos e Prototipagem**

Os modelos servem como meio de apoio à modelagem, concretamente a realização em 3D do respetivo molde. Quando o molde for desenhado, ele é experimentado, com recurso ao modelo, sendo este provado para verificar se existem correções a fazer, este processo pode ser repetido diversas vezes até se conseguir a peça idealizada em protótipo.

Os diferentes modelos e protótipos são montados em pano-cru ou em outro tecido, cujo comportamento se assemelhe ao tecido final, o corte neste apenas é feito quando já não existem retificações a fazer, no caso de encomendas de clientes, quando está perfeitamente adaptada ao corpo dos mesmos.

A aluna procedeu à montagem de inúmeros protótipos entre os quais espartilhos de clientes para prova, e foi durante este processo que se familiarizou com a construção desta peça icónica e complexa, tão representativa da marca.

## **| Confeção**

A confeção no ateliê engloba toda a tipologia de peças, inclusive peças de homem, por isso as costureiras deste ateliê possuem grandes capacidades técnicas.

São executados protótipos para colocar em prova ou peças já definitivas, a costureira consulta a ficha técnica para se informar sobre a peça que vai elaborar e as suas características.

Os diferentes componentes são verificados para perceber como a peça se vai montar, em seguida fazem-se as devidas marcações de pinças, pregas ou outras indicações que estejam indicadas nos moldes.

A costureira segue a ordem normal de construção de uma peça, podendo no entanto haver dúvidas devido à complexidade de muitas das peças da marca. Nesta situação pode recorrer ao auxílio do protótipo, à chefe de ateliê, que tem conhecimento de todos os procedimentos e características das peças que estão em confeção ou aos próprios designers.

A confeção de peças mais delicadas ou elaboradas, pode exigir uma mistura de trabalho de máquina de costura e de trabalho de mão, quer no decorrer do processo, quer na finalização da peça.

### 3.2.3.2 | GESTÃO DE RECURSOS DA EMPRESA

#### | Armazém

O armazém é o local onde são guardadas as matérias-primas da coleção que está a decorrer e o que sobra das restantes, assim como de tecidos para clientes que aguardam pelo corte. É também usado para armazenar *stock* da coleção atual tal como das anteriores e peças icónicas da marca ou peças antigas de referência (Fig.30). Uma localização do seu conteúdo. Os tecidos nele existente são identificados incluindo as suas respetivas metragens, estando assim toda a matéria-prima identificada e prontamente disponível.

A aluna quando iniciou o estágio colaborou na elaboração do inventário do armazém, o que possibilitou tomar conhecimento da matéria-prima existente e a sua localização, facultando um maior controlo sobre os pedidos e as encomendas. Por outro lado facilita a correta disposição e catalogação do armazém e a brevidade do processo de procura dos materiais e peças.

#### Organização do Armazém



FIG.30 – Esquema da organização do armazém do ateliê Storytailors. Fonte: Autora (2017)

## **| Arquivo de Modelagem**

O arquivo de modelagem encontra-se disposto no ateliê, sendo composto por duas secções, a dos clientes e a das coleções. A secção dos clientes possui toda a informação relativa ao cliente, ficha de cliente, ficha de medidas, ficha de pedido e todos os moldes das peças que esse cliente encomendou.

As pastas das coleções estão arrumadas por data, nome e estação e separadas por tipologia das peças encontradas nessa coleção. Cada molde que seja preciso escalar é arrumado junto do original, podendo assim encontrar por exemplo, os moldes uma camisa em diversos tamanhos, apesar de para desfile apenas ser realizado um molde de tamanho 34.

No final de cada apresentação de coleção os moldes são revistos e arrumados, as fichas técnicas são totalmente preenchidas para facilitar o trabalho futuro.

Com a política da marca caracterizada pelo facto das peças de coleções anteriores estarem sempre disponíveis para produção futura, é essencial uma boa organização para acelerar o processo na hora de ser necessário recorrer a um molde, quer para confeção, quer para tirar dúvidas ou servir de molde base na construção de uma nova peça.

### **Arquivo moldes coleção**

Os moldes de coleção encontram-se arrumados em *dossiers* com o nome e ano respetivos e por tipologia de peças sendo acompanhados da respetiva ficha técnica e na sua catalogação consta o nome da peça, o nome e ano da coleção, tamanho, nome dos componentes, número de vezes que necessita ser cortado e a indicação se é em tecido, entretela ou outro material.

## **Arquivo moldes clientes**

Os moldes de peças de ateliê são arrumados de forma diferente. Encontram-se igualmente disponíveis em ateliê, mas a sua arrumação é feita por ordem cronológica. Em peças de ateliê os moldes são acompanhados de ficha de pedido, croqui da peça, ficha de medidas do respetivo cliente, o molde base do corpo do cliente, ficha técnica e os moldes da peça com a seguinte catalogação: nome do cliente, ano, nome da peça, no caso das peças que pertencem à uma coleção, o nome da mesma; identificação dos componentes, quantas vezes é cortado em tecido, entretela, etc... Pode ainda ser acompanhado de fotos da realização do processo de construção da peça, assim como de acabamentos, para facilitar uma eventual reprodução.

Os moldes encontram-se devidamente arquivados em ateliê, estando assim acessíveis e podendo ser facilmente consultados.

## **| Organização e Planeamento do Trabalho de Ateliê**

A organização e planeamento do trabalho do ateliê é uma das secções mais importantes, sem a execução rigorosa desta tarefa, toda a empresa pode ficar seriamente comprometida.

O planeamento do trabalho de ateliê define quando e quem efetua determinada tarefa, nas áreas de modelagem, corte e ateliê, de modo a acelerar o processo, sem tempos mortos, rentabilizando assim todo o tempo de produção.

Nesta secção são coordenadas as atividades das secções de design, modelagem, corte, confeção, encomendas (sector comercial) e de gestão de cliente, sendo ela uma das mais complexas de gerir, devido à diversidade de tarefas a coordenar, podendo uma falha de planeamento facilmente comprometer a entrega de um projeto, quer seja ele uma encomenda de cliente ou uma coleção.

Existe um calendário com todas as datas de provas, de entregas e dos *timings* da coleção, previamente elaborado pela coordenação.

A coordenação da produção está desde logo presente no início do desenvolvimento de um projeto, quer no caso de coleções ou de encomendas de cliente. Reúne frequentemente com os designers, com a chefe de atelier e a responsável pela modelagem, para discutir todos os aspetos do projeto e determinar qual a viabilidade da execução das suas ideias.

Além disto tem de coordenar os *timings* de entregas de fornecedores e datas de entrega aos clientes, pois muitas vezes os materiais não estão imediatamente disponíveis para entrega, outras vezes tem de passar por vários fornecedores diferentes antes de o produto poder entrar em produção, como por exemplo no caso dos plissados ou estampados onde o tecido é encomendado num fornecedor e daí é enviado para a empresa onde se efetuam as respetivas alterações, só depois vai para o atelier.

Outra tarefa da coordenadora é o controlo de qualidade dos materiais, sempre que uma matéria-prima chega sendo necessário verificar se a metragem, a cor e as características dos tecidos correspondem ao que foi encomendado e certificar-se de que não existem defeitos no material.

A aluna teve a oportunidade de exercer a função de coordenação de produção durante as férias da colega responsável por esta área. Pôde assim conhecer os desafios e dificuldades deste setor da empresa.

## | Produção

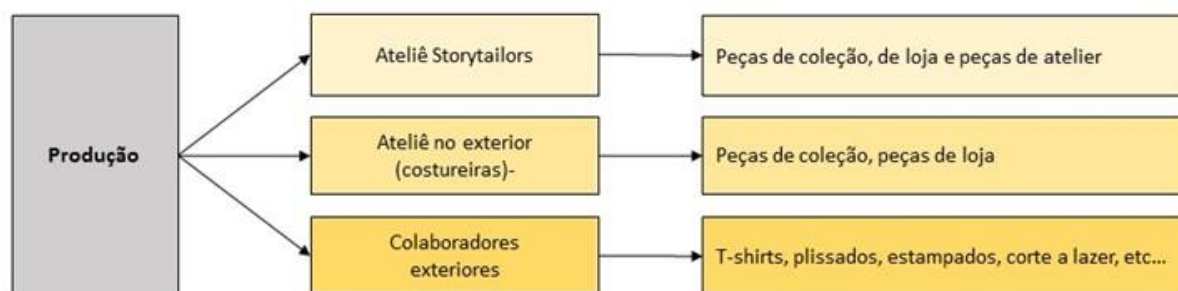


FIG.31 – Esquema de produção do ateliê Storytailors. Fonte: Autora (2017)



Todas as peças de coleção para apresentação são confeccionadas no ateliê, servindo posteriormente como protótipos, quer para reprodução de outros exemplares no ateliê ou em ateliês no exterior. Com exceção das t-shirts que possuem uma produção industrial (Fig.31).

Peças confeccionadas externamente:

As peças produzidas externamente, em ateliê de costureiras ou em fábrica, tem de ser acompanhadas de todos os elementos e indicações que tornem possíveis a reprodução do modelo sem erro.

A empresa ou costureira que procederá à confecção da peça é contactada para se verificar a sua disponibilidade e para ter percepção dos *timings* para a entrega ser previamente preparada.

## **Peças de produção em ateliês exteriores**

Todo o material necessário para as peças é anotado numa guia de entrega que serve como referência quando se recebe a peça acabada. A guia de entrega contem os seguintes parâmetros: Ficha técnica; protótipo; peça já cortada ou tecido para ser cortado; tecido e entretelas extra para alguma eventualidade; respetivo molde (com o número de componentes, para facilitar o trabalho de verificação na entrega); Etiqueta de marca (rosa para senhora, preta para homem); etiqueta de tamanho; etiqueta de composição; aviamentos: botões (são sempre enviados botões supernumerários, fechos, fitas, etc...).

Quando as peças prontas são entregues, a guia é verificada ponto por ponto, principalmente para verificar se os moldes foram todos devolvidos, para mais tarde se proceder à sua arrumação. O controlo de qualidade é igualmente importante, caso exista alguma anomalia na peça, neste caso ela é devolvida à costureira para ser devidamente retificada.

## **Peças de produção em fábrica**

A preparação de todo o material para envio para confeção de peças processa-se de modo diferente nas duas áreas. Os produtos de marca confeccionados em fábrica são os básicos, exclusivamente t-shirts.

Este tipo de encomenda inicia-se contactando a empresa para apresentar o projeto e pedindo orçamento. São pedidas amostras de malha e de acabamentos para se definir o tipo exatamente o tipo de matéria-prima e os acabamentos.

Depois do designer definir o modelo, a modelista procede à modificação do molde base de t-shirt, para criar o novo modelo que é escalado em vários tamanhos e enviado para a fábrica onde será feito um *size set*, para verificação e revisão real dos tamanhos. Uma vez esse *size set* chegado ao ateliê, as medidas são verificadas, no caso de estarem corretas a fábrica começa a sua produção.

## **| Aquisição de Materiais em Circuito de Retalho**

Todo o material necessário para a produção é previamente encomendado, no entanto face a algum imprevisto, como por exemplo um pormenor técnico com que a equipa se deparou, ou uma alteração no projeto, não esperada, pode fazer com que seja necessário recorrer a compras de última hora.

A aluna fez algumas destas compras, pois houve situações onde era necessário ir às lojas escolher o material ou aviamento que melhor se adaptava à situação para poder continuar o trabalho no projeto. Estas incursões às lojas proporcionaram um conhecimento a nível de produtos disponíveis, novos termos utilizados na área, e uma aproximação aos profissionais da área.

## **| Loja**

A loja é o local físico da empresa onde o cliente toma contacto direto com a marca Storytailors e onde se dirige para efetuar compras ou encomendas, marcações de provas ou de entrega.

A atividade diária da loja processa-se habitualmente sempre da mesma forma. Antes de a loja abrir há que ter em atenção se está tudo no seu devido lugar, as peças tem de estar devidamente etiquetadas e dispostas de forma harmoniosa nos expositores.

É função do colaborador da loja de se encarregar de todo o serviço que está relacionado com clientes, a gestão de clientes.

Em provas o responsável pela loja certifica-se que está tudo preparado para receber o cliente, podendo em alguns casos haver a necessidade de se fechar a loja temporariamente.

Durante o período em que a aluna esteve de serviço na loja pôde interagir com os clientes e inteirar-se de todos os procedimentos relacionados com o atendimento ao público.



FIG.32 - Imagem da coleção Storytailors SS2018 "Palindrome".

Fonte: <http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&id=20#>. Acedido a 14/04/2017

### 3.2.4 | COLEÇÕES EM QUE A ALUNA PARTICIPOU

As apresentações das coleções Storytailors seguem o calendário da moda em Portugal, apresentando assim duas vezes por ano no Portugal Fashion as suas coleções Outono/Inverno e Primavera/Verão.

No decorrer do estágio foi possível à aluna acompanhar o desenvolvimento completo da coleção “Versão Comercial Black Hills” SS2017 e o início do desenvolvimento das coleções “Essentials Storytailors” FW2017/18 e a coleção “Palindrome” SS2018 (Fig.32,33,34,35,36).

Coleções Storytailors Apresentadas	SS2017 “Versão Comercial Black Hills”	AW2017/18 “Essentials Storytailors”	SS2018 “Palindrome”
Datas das apresentações	Março 2017	Outubro 2017	Outubro 2017
Local das apresentações	Loja	Loja	Rive Rouge

**FIG. 36** – Quadro das apresentações das coleções Storytailors em 2017. Fonte: Autora (2017)



Fig.34 - Foto da coleção Storytailors SS2017 “Versão Comercial Black Hills”.  
Fonte: Ateliê Storytailors



Fig.35 - Foto da coleção Storytailors FW2018/19 “Essentials Storytailors”.  
Fonte: Ateliê Storytailors



Fig.36 - Foto da coleção Storytailors SS2018 “Palindrome”. Fonte:  
<http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/Plangpen&id=20#>  
Acedido: A 18/04/2018

## **| Coleção SS2017 “Versão Comercial Black Hills”**

A coleção SS2017 “Versão Comercial BlackHills”, usou o modelo de apresentação “See Now Buy Now”, insólito no país, mas já utilizado por grandes marcas a nível mundial. Esta apresentação teve como base o conceito do produto estar imediatamente disponível para venda durante o evento. A coleção teve como inspiração a anterior, SS2017 “Black Hills”, mas não teve a componente conceptual/dramática tão característica da marca, pois não foi concebida para ser apresentada em desfile, mas na loja Storytailors.

Os dias que antecederam à apresentação da coleção foram dias de trabalho muito intenso, existiam pormenores por terminar, botões para pregar, etiquetas para colocar e ainda se terminaram peças de última hora.

A apresentação teve lugar na loja Storytailors em Lisboa, transformada em cenário e decorada com árvores e flores naturais, evocando a inspiração da coleção. Os modelos, em vez de desfilar, simplesmente participaram no evento no meio dos convidados.

## **| Coleção FW2017/18 “Essentials Storytailors”**

A coleção de FW2017/18 “Essentials Storytailors”, foi desenvolvida em ateliês em simultâneo com a coleção de SS2018 “Palindrome”.

A inspiração da Coleção FW2017/18 tendo o nome de “Essentials Storytailors”, adveio de uma retrospectiva da marca, os “best of” da marca, como o casaco *Heartjacket*, as camisas *Hearthbroken* ou *Baltimore*, foram reproduzidos numa diversidade de materiais, com novas matérias e texturas, destacando-se os tecidos de lã, algodões, malhas e cetins. As cores escolhidas foram o branco, vermelho e cinzento seguindo o mote da coleção anterior e da seguinte.

O conceito desta coleção pode ser encarado como um apelo ao público para o desaceleramento do consumo desenfreado de novidades, pois ficou demonstrado que peças mais antigas podem nunca passar de moda.

## **|Coleção SS2018 “*Palindrome*”**

“*Palindrome*” é o nome da última coleção Storytailors, SS2018, definindo-se como (...) “palavra, frase, numero, sequência de símbolos ou elementos que podem ser lidos ou interpretados num sentido ou noutro.” “*Palindrome*” ou “*Capicua*” são repetições tradicionalmente relacionadas com mensagens divinas ou de anjos que querem comunicar e o fazem através de uma energia universal.

Esta coleção é inspirada na transformação, na liberdade, flexibilidade e contrastes inesperados que se traduzem em peças simples ou complexas, fluidas, cortes geométricos, acabamentos com características do espartilho, peça icónica da marca.

As peças foram concebidas para todos os géneros, adaptando-se ao tão em voga “*gender fluid*”, ideia já presente em anteriores coleções Storytailors, tornando-se nesta coleção um ponto central.

As peças apresentam também uma versatilidade de uso, que (...) “potencia a liberdade criativa e interpretativa (...)” por parte do utilizador, o qual as pode vestir de diversas maneiras.

Foi também implementado nesta coleção a logica do desperdício zero, observou-se o uso do desperdício do corte das peças em pormenores e até mesmo em peças completas. Foi desenvolvida tendo como base o conceito da peça individual e não de coordenado, tendo sido estes definidos depois das peças concebidas.

As cores principais foram o branco, preto e vermelho, as secundárias são os cinzas e azuis. Os materiais foram o cupro, a popeline de algodão, a ganga, o cetim, o georgette e o tule. Pode-se observar a criação de texturas quer nos tecidos, como o flocado quer na criação em confeção, como os pespontos a torçal e em manipulações que sugerem penas.

### **3.2.5 | SUGESTÕES DE IDEIAS A IMPLEMENTAR NA MARCA**

Foi pedido à aluna, pelos designers, para apresentar sugestões de produtos ou alterações nos mesmos e possíveis intervenções na marca. Em resposta a este pedido, a aluna debruçou-se sobre cinco aspetos, o tema do desperdício zero que a marca implementou na última coleção, os valores da marca e sugestões de apresentação da gama de produtos modulares, o lançamento de edições de t-shirts referentes a cada coleção, edições/lançamentos especiais entre as apresentações de cada coleção, tal como a oferta de básicos durante todo o ano.

#### **|Desperdício Zero**

Criar na marca um segmento sustentável, assente sobre o conceito de desperdício zero já introduzido pela Storytailors. Esta linha de produtos seria comunicada a nível digital, no *site* da marca, com uma página referente ao produto, e a nível físico, nas peças em loja, onde existiria uma etiqueta identificativa do segmento, que por exemplo se poderia destacar por uma cor diferente, exibindo toda a informação do produto a nível de valores da marca, o conceito de desperdício zero, identificação da coleção a que pertence, garantia de produto sustentável, os materiais utilizados e a confeção feita em pequena escala, no ateliê.

#### **|Peças modulares**

A Storytailors desenvolveu um conjunto de peças que funcionam de forma modular, podendo ser facilmente ajustadas em largura ou comprimento, sofrer transformações ou assumir uma outra tipologia.

Assim como as peças de desperdício zero, as peças modulares também pertenceriam a um segmento da marca distinto, devidamente comunicado e identificado com as características do produto, a nível de materiais, conceito, coleção a que pertence e instruções de montagem.



## **|T-shirts**

As t-shirts são uma tipologia de peça que se pode encontrar de forma discreta na marca, a proposta da aluna assentou sobre o princípio de as T-shirts serem utilizadas como uma peça identificativa ou de referência de cada coleção, funcionando como a peça número um, que descrevesse visualmente o conceito ou a história de cada apresentação Storytailors, podendo ser adquiridas pelo público também a título de coleção.

## **|Edições/lançamentos “especiais”**

As coleções Storytailors são, salvo raras exceções, apresentadas segundo o calendário da moda, duas vezes por ano. A sugestão da aluna vai no sentido de se implementar o lançamento de edições “especiais” de peças já criadas pela marca, por exemplo uma edição de camisas ou uma outra de calças, possibilitando uma dinamização a nível de apresentações da marca ao público.

## **|Básicos**

Os básicos são uma tipologia de peça que podem ser coordenados com outras da marca. A proposta da aluna vai no sentido de a Storytailors ter sempre básicos selecionados disponíveis em loja, independentemente da coleção da estação que decorre. Esta ideia possibilita a confeção do produto numa escala maior, pois existindo uma seleção de modelos que irão ser vendidos durante várias estações, pode-se recorrer à produção em fábrica. Esta ideia exige espaço de armazenamento de *stock*, assim como um *empate* significativo de capital, mas o facto de básicos serem vendáveis em várias estações, possibilita a sua confeção em grande escala, o que reduz significativamente o preço da confeção, aumentando assim a margem de lucro da marca.

### **3.2.6 | CONHECIMENTOS ADQUIRIDOS PELA ALUNA**

#### **NO DECORRER DO ESTÁGIO**

No decorrer do estágio na empresa Storytailors a aluna teve a oportunidade de pôr em prática conhecimentos adquiridos durante o curso académico e ver as suas capacidades testadas em contexto profissional, numa situação real de trabalho numa empresa da área.

A aluna tirou partido da sua colaboração em diversas áreas de atividade da empresa, como acima descrito, nomeadamente em relação às metodologias de design empregues no departamento criativo, onde foi sensibilizada para o tema do desperdício zero, fundamental para a produção sustentável de vestuário, tanto ao nível ambiental como ao nível da gestão dos recursos da empresa, neste âmbito desenvolvendo superfícies têxteis, utilizando os restos do corte de peças.

Colaborando na confeção de vestidos de noiva ou de cerimónia, algumas peças de coleção, e nomeadamente na construção de espartilhos, a aluna adquiriu competências acerca de técnicas especializadas de confeção características da Alta-Costura, tal como aprendeu acerca dos procedimentos da tomada de medidas, provas e *fitting*.

O desenvolvimento de peças básicas ajudou a aluna a perceber as diferenças entre peças de coleção, dirigidas ao espectador, que podem ser mais conceptuais, e peças comerciais, dirigidas ao consumidor final.

Também em relação à organização de moldes e de fichas técnicas de clientes ou de coleção, a aluna teve a oportunidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos em contexto académico.

A aluna pôde ainda observar os procedimentos necessários da organização e da apresentação de uma coleção.

Outra área onde a aluna desenvolveu os seus conhecimentos, foi a coordenação de produção, onde ajudou na organização do trabalho do ateliê, onde geriu *timings* de entrega e controlou peças feitas no exterior.

Por fim a aluna aprendeu a trabalhar em equipa sob condições de prazos, por vezes muito apertados, desenvolvendo eficácia de trabalho e a sua capacidade de resposta imediata.



FIG. 37 – Pormenor de uma peça “tailor -made” do ateliê Storytailors. Fonte: Autora (2017)

### **3.2.7| PROJECTOS**

O estágio no ateliê Storytailors decorreu num período de maior afluência de trabalho, tendo assim a aluna a oportunidade de ter participado numa grande quantidade de projetos, quer da linha “*Ready-to-tailor*” (coleções) quer de “*Tailor-made*” (feito à medida) (Fig.37).

Com diversos projetos a acontecer em simultâneo a aluna conseguiu observar e aprender como funciona a gestão de um ateliê em todas as suas áreas e perceber a importância de uma boa gestão e coordenação de meios para garantir o resultado final de cada projeto.

Todos os projetos foram encarados pela aluna como um desafio e uma mais-valia quer a nível técnico, quer de desenvolvimento profissional e pessoal, e também em relação à necessidade de responder prontamente a tarefas e questões que lhe eram constantemente solicitadas proporcionando-lhe uma melhor desenvoltura e capacidade na resolução de problemas num ambiente de prazos frequentemente muito apertados.

A aluna interveio, a diferentes níveis, em vários projetos durante a duração do seu estágio. Participou em projetos de maior importância, em pequenos projetos onde em alguns casos teve um papel central, e em trabalhos de assistência, onde apoiou o trabalho coordenado por outra pessoa (Fig.38,39).

Todos os projetos em que a aluna participou encontram-se em anexo, com as respetivas descrições e fases do processo.

### 3.2.7.1 | PROJETOS EM QUE A ALUNA PARTICIPOU

Grandes Projetos	Coleção SS2017 Versão Comercial "Black Hills"
	Coleção AW 2017/18 "Basics Storytailors"
	Coleção SS2018 "Palindrome"
Pequenos Projetos	Construção das Segundas Peles para os Manequins do Atelier
	1º Encomenda Vestido de Noiva
	Encomenda de Bordado de Castelo Branco
	Encomenda Vestido para Aniversário
	2º Encomenda Vestido de Noiva
	1º Encomenda Vestido para Cerimónia
	3º Vestido de Noiva
	2º Encomenda Vestido de Cerimonia
	4º Vestido de Noiva
	3º Encomenda Vestido de Cerimónia
	5º Vestido de Noiva
	4º Encomenda Vestido de Cerimónia
	5º Encomenda Vestido de Cerimónia
	Encomenda Calças
Assistências	Arrumação e Organização do Armazém
	Loja/atelier
	Auxilio na Coordenação de Produção (ferias Margarida)
	Auxilio na Modelagem (ferias Susana)
	Capas de Burel "Eu Não Tenho Medo"
	Restauro de Saia de Tule
	Auxilio na Arrumação e organização do Espaço para o Workshop de Draping
	Receber e organizar os tecidos da MODTISSIMO
	Pregadeiras em Feltro

FIG.38–Tabela de projetos em que a aluna participou. Fonte: Autora (2017)



### 3.2.7.2 | ORGANOGRAMA DOS PROJETOS EM QUE ALUNA PARTICIPOU

		FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO
Grandes Projetos	ColeçãoSS2017 Versão Comercial "Black Hills"							
	ColeçãoAW 2017/18 "Basics Storytailors"							
	ColeçãoSS2018 "Palindrome"							
Pequenos Projetos	Construção das Segundas Peles para os Manequins Do Atelier							
	1ª Encomenda Vestido de Noiva							
	Encomenda de Bordado de Castelo Branco							
	Encomenda Vestido para Aniversário							
	Encomendas Fato de Homem							
	2ª Encomenda Vestido de Noiva							
	1ª Encomenda Vestido para Cerimônia							
	3ª Vestido de Noiva							
	2ª Encomenda Vestido de Cerimônia							
	4ª Vestido de Noiva							
	3ª Encomenda Vestido de Cerimônia							
	5ª Vestido de Noiva							
	4ª Encomenda Vestido de Cerimônia							
	5ª Encomenda Vestido de Cerimônia							
	Encomenda Calças							
Assistências	Arrumação e Organização do Armazém							
	Loja/atelier							
	Auxílio na Coordenação de Produção (ferias Margarida)							
	Auxílio na Modelagem (ferias Susana)							
	Capas de Burel "Eu Não Tenho Medo"							
	Restauro de Sala de Tule							
	Auxílio na Arrumação e organização do Espaço para o Workshop de Draping							
	Receber e organizar os tecidos da MODTISSIMO							
	Pregadeiras em Feltro							

FIG.39 – Organograma de projetos em que a aluna participou. Fonte: Autora (2017)





## **4 | RESULTADOS E CONCLUSÃO**

### **4.1 | BENEFÍCIOS DA INVESTIGAÇÃO**

#### **Visão Macro**

O principal foco deste estágio é contribuir para o conhecimento na área do Design de Moda, mais especificamente na área da Alta-Costura.

Os benefícios deste estágio coadunam-se com o fato da empresa escolhida possuir uma dimensão ao nível de ateliê, possibilitando, assim o contato com os diversos setores da mesma, facilitando a interação com várias tarefas que levaram a uma aquisição de conhecimentos mais alargados, não só na área prática, mas em todas as restantes áreas que constituem uma empresa, como a área criativa, de gestão, comercial, etc.

#### **Visão Micro**

De um modo geral um estágio tem como principal função, conhecer e participar de todos os processos criativos e metodológicos.

Este trabalho fará com que haja uma otimização, na recolha e compilação de informação diversa na elaboração do documento.

O desenvolvimento deste estágio permitira abrir caminho para a futuros trabalhos, parcerias e recomendações.

Esta investigação irá permitir com que haja um desenvolvimento da capacidade de recolher e compilar diferentes informações, opiniões e conhecimentos num único documento.

## **4.2 | FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO**

O sucesso do estágio aqui proposto pode ser influenciado pelos seguintes pontos:

- . Motivação e disponibilidade da mestranda;
- . Comunicação entre a mestranda e o local de estágio, pessoa responsável pelo estágio e trabalhadores da marca;
- . Disponibilidade de comunicação de conhecimentos previamente adquiridos por parte da empresa;
- . Capacidade para superar desafios e obstáculos que possam surgir no decorrer do estágio;
- . O correto registo diário de toda a informação relativa a tarefas e conteúdos efetuados e apreendidos;
- . Disponibilidade do orientador;
- . O cumprimento do calendário previamente determinado.

## 4.3 | DISSEMINAÇÃO

Os recursos propostos para se proceder a disseminação deste trabalho prático são:

Artigo de investigação apresentado Congresso internacional AHFE 2017 e publicado como capítulo de livro:

Montagna G., Sousa S.A., Morais C. (2018) Haute Couture and Ergonomics. In: Di Bucchianico G., Kercher P. (eds) Advances in Design for Inclusion. AHFE 2017. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 587. Springer, Cham

ISBN 978-3-319-60596-8

[https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-60597-5\\_39#citeas](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-60597-5_39#citeas)

. Apresentações orais, a mestrandia estará sempre disponível para partilhar as suas experiencias e o seu trabalho a todos os interessados na área.

## **4.4 | CONCLUSÃO**

O exemplo do ateliê Storytailors confirma, como é demonstrado neste trabalho, a possibilidade da adaptação de conceitos de Alta-Costura às condições do mercado português a aluna que pôde colocar em prática os seus conhecimentos académicos num contexto profissional e ainda desenvolve-los. O contato com profissionais da área foi uma experiência muito enriquecedora, a aluna teve a oportunidade, além de observar todos os processos que constituem a atividade de um ateliê português da área, também o ambiente social que o envolve e de qual faz parte.

A marca Storytailors possui duas vertentes de produto representativas do mercado da moda, o segmento “Ready-to-tailor” que se assemelha pelas suas características ao novo luxo, e o segmento “Tailor Made”, onde se aplicam conceitos de Alta-Costura, enfatizando o atendimento personalizado e oferecendo um produto único, elaborado com base nas necessidades físicas, sociais e económicas do seu público-alvo.

## 4.5 | RECOMENDAÇÕES FUTURAS

Durante o processo investigativo, base deste trabalho, a aluna deparou-se com várias questões e aspetos relevantes que numa futura investigação mereciam ser abordados ou aprofundados:

Qual vai ser a importância de novos materiais e novas tecnologias, como por exemplo a impressão 3D, introduzidas atualmente no universo da Alta-Costura por designers como Iris Van Harper e em que medida podem estes processos enriquecer ou comprometer características centrais da Alta-Costura?

Pode a introdução de produtos industriais na oferta de marcas tradicionalmente reservadas para um público exclusivo, pertencendo à classe alta e de grande poder de compra, alterar não somente a sua imagem, mas também as suas características?

Seria interessante uma investigação aprofundada do aspeto cognitivo do objeto do luxo, centrada no seu utilizador.

Pode o próprio conceito do luxo sofrer alterações, sob influência de fatores socioculturais, deslocando a ênfase, tradicionalmente em materiais luxuosos e uma componente importante de trabalho manual intenso e especializado, para aspetos centrados no conforto emocional e mais intangíveis, como a originalidade, real ou imaginária, e a expressão criativa, permitindo ao utilizador destacar a sua individualidade num mundo massificado? Neste contexto destaca-se a questão do fenómeno do novo luxo, importante objeto de um estudo futuro, cujos produtos feitos em escala industrial substituem os fatores que tradicionalmente distinguem o objeto de luxo pelo *marketing* centrado na imagem da marca, reforçando o lado cada vez menos real, cada vez mais virtual da sociedade contemporânea.



## **5| BIBLIOGRAFIA**

### **5.1 | REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AUGÉ, M., 2006, Para que Vivemos?, 90 Graus Editora, Lisboa.

BARNARD, M., 2012, Fashion as Communication, 2ªed. Routledge, Taylor & Francis Group.

BURNS,L. & BRYANT, N., 1997, The Business of Fashion, Designing, Manufacturing and Marketing, Fairchild Publications, New York

TITIEV, M., 1963, Introdução à Antropologia Cultural, 5ªedição, Fundação Calouste Goulbenkian, Lisboa.OKONKWO, U., 2007, Luxury Fashion Branding, Trends, Tactics, Techniques. 1ªed. Palgrave Macmillan, New York.

LIPOVETSKY, G. & ROUX, E., 2012, O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas, Edições 70 lda., Lisboa

LURIE, A., 2000, The Language of Clothes, Henry Holt and Company, New York

MARTIN, R. & KODA, H., 1995, Haute Couture, The Metropolitan Museum of Art, New York.

OBSERVATÓRIO DO COMÉRCIO, 2002, Temas de Comercio – novo comércio, novos consumos, Tipografia Peres, Lisboa.

SIMMEL, G. 1992. Sociologie, Paris, Presses Universitaires de France.

SHEFFER, C. 1994. Couture Sewing, Tecniques. 1ed., The Taunton Press, USA

SORGUER, R. & UDALE, J., 2006, The Fundamentals of Fashion design, 1ed., AVA Publishing SA

WADDELL, G., 2004, How Fashion Works, couture, ready-to-wear & mass production, 1ªed, Blackwell Publishing.

## **5.2| BIBLIOGRAFIA GERAL**

AGINS, T., 2000, The End of Fashion, How Marketing Changed the Business Forever, 1ª ed., Harper Collins Publishers Inc., New York.

ALMEIDA, M., 2014, Novo Luxo, O paradoxo Exclusivo-Inclusivo, Dissertação de Mestrado, IADE-U, Lisboa.

AMBROSE, G., 2010, HARRIS, G., Basics Construction 08, DESIGN THINKING, AVA Publishing SA

BURNS, L. & BRYANT, N., 1997, The Business of Fashion, Designing, Manufacturing and Marketing, Fairchild Publications, New York

ENTWISTLE, J., 2009, The Aesthetic Economy of Fashion, Markets and Values in Clothing and Modelling, Berg, New York

FISCHER, A., 2009, Basics Construction 03, Fashion Design, AVA Publishing SA

FRINGS, G., 2005, Fashion from Concept to Consumer, 8ed., Pearson Education, LDA

HOPKINS, J., 2012, Fashion Design, The Complete Guide, AVA Publishing SA

JAMES, D., & DEIHL, N., 2012, The History of Modern Fashion, Laurende King Publishing, LDA

JARNOW, J., JUDELLE, B. & GUERREIRO, M., 1981, Inside the Fashion Business, Text and Readings, 3rd edition, John Wiley & Sons,



INCKYOTO COSTUME INSTITUTE, 2012, Kyoto Fashion Institute, Fashion, A Fashion History of the 20<sup>th</sup> Century, TASCHEN, Koln.

LAVRE, J. & PROBERT, C., 1993, A Roupa e a Moda, Uma História Concisa, 2ªed., Editora Schwarcz Ltda. S. Paulo, Brasil.

GOFF, J., 1993, Para um Novo Conceito de Idade Média, Tempo, trabalho e Cultura no Ocidente, Editora Estampa, Lisboa

JAMES, D., & DEIHL, N., 2012, The History of Modern Fashion, Laurende King Publishing, LDA

KYOTO COSTUME INSTITUTE, 2012, Kyoto Fashion Institute, Fashion, A Fashion History of the 20<sup>th</sup> Century, TASCHEN, Koln.

LIPOVETSKY, G., 2010, O Império do Efêmero, A moda e o seu destino nas sociedades modernas, 2ªed, Publicações D. Quichote, Lisboa.

LIPOVETSKY, G. & SERROY, J., 2013, O Capitalismo Estético na era da Globalização, Edições 70, lda., Lisboa.

LURIE, A., 2000, The Language of Clothes, Henry Holt and Company, New Youk

MARLY, D., 1990, Worth, Father of the Haute Couture, 2ª ed., Holmes & Meier, New York.

MURLEY, K. & RICHARDS, M., 1998, Decades of Beauty, The changing image of Women, 1890's – 1990's, Facts On File, Incorporated, New York.

OLIVEIRA, M., PAIS, M., GÓIS, M., CABRITO, B., 2008, Sociologia 12º ano, 1ªed., Texto Editores, Lda., Lisboa.

RENFREW, C., & RENFREW, E., 2009, Basics Fashion Design 04, Developing a Collection, AVA Publishing SA

Seleções Reader's Digest. 1985, O Grande Livro dos Lanches, Seleções Reader's Digest, 1ªed., Lisboa

SHAEFFER, C., 1994, Couture Sewing Techniques, 11st ed., The Taunton Press, USA.

SORGUER, R. & UDALE, J., 2006, The Fundamentals of Fashion design, 1ed., AVA Publishing SA

STEELE, V., 2000, Fifty Years of Fashion, New Look to Now, 2ª ed., Yale University, England.

## **5.3 | BROCHURAS E ARTIGOS**

Montagna G., Sousa S.A., Morais C. (2018) Haute Couture and Ergonomics. In: Di Bucchianico G., Kercher P. (eds) Advances in Design for Inclusion. AHFE 2017. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 587. Springer, Cham

ISBN 978-3-319-60596-8

[https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-60597-5\\_39#citeas](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-60597-5_39#citeas)

## **5.4 | WEBGRAFIA**

<http://www.storytailors.pt/ficheiros/home/?lang=en> , Acedido a 26/01/2018

<https://www.businessoffashion.com/articles/intelligence/are-see-now-buy-now-shows-driving-sales> , Acedido a 06/11/2017

<https://www.johnwilliamwaterhouse.net/Cleopatra-651888.html> Acedido a 26/01/2018

<https://www.pinterest.pt/pin/550987335632104317/> Acedido a 26/01/2018

<https://executiva.pt/o-novo-luxo-global/> Acedido a 26/01/2018

<http://www.businessinsider.com/londons-boxing-day-shopping-frenzy-2013-12>

Acedido a 26/01/2018

<https://www.pinterest.pt/pin/297941331570521678/> Acedido a 26/01/2018

<https://www.pinterest.com.mx/pin/71916925280334487/> Acedido a 26/01/2018

<https://www.pinterest.com.au/pin/254523816417042866/> Acedido a 26/01/2018

<https://www.pinterest.pt/pin/18014467233726682/> Acedido a 26/01/2018

<https://www.pinterest.pt/pin/653796070874634258/> Acedido a 26/01/2018

[http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection\\_index/?lang=en](http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection_index/?lang=en) Acedido a 26/01/2018

<http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&id=15#!/283> Acedido a 26/01/2018

<http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&id=20#>. Acedido a 14/04/2018

<http://www.storytailors.pt/ficheiros/collection/?lang=en&id=20#>. Acedido: A 18/04/2018

<https://www.facebook.com/portugalfashion/photos/a.10155796151424580.1073742274.353026539579/10155796160994580/?type=3&theater> Acedido a 20/04/2018



## **6| ANEXOS**



## 6.1| PROJETOS EM QUE A ALUNA PARTICIPOU

### 6.1.1 | PARTICIPAÇÃO EM GRANDES PROJETOS

#### | Coleção SS2017 “*Versão Comercial Black Hills*”

A coleção SS2017 “*Versão Comercial Black Hills*” foi uma continuação da coleção anterior e teve como conceito a ideia de os produtos se encontrarem imediatamente disponíveis para venda ao público, ao mesmo tempo que são apresentadas: “*see now, buy now*”.

A coleção SS2017 “*Versão Comercial Black Hills*” teve o seu início a meados de Janeiro e foi apresentada em Março, a aluna pôde assim acompanhar e participar no seu desenvolvimento em diversas áreas e fases do processo.

Sendo esta coleção uma versão comercial da anterior foi pensada e desenvolvida sobre a sua antecessora, a coleção SS 2017 “*Black Hills*”. O design foi repensado para ser mais prático, podendo ter uma vertente comercial direta, não passando pela dramatização conceptual de peças de desfile.

A aluna foi convidada a participar em desenvolvimentos de peças base, que integrariam esta nova coleção, para isso teve de fazer um estudo pormenorizado da coleção anterior.

Foi feito um *briefing* com a aluna e o designer João Branco, sobre o que era pretendido e esclarecendo a aluna sobre várias questões relativas às formas, materiais, cores, padrões, e técnicas.

No desenvolvimento do processo de criação dos básicos a aluna teve diferentes ideias pelas quais se regeu, como por exemplo o jogo de tamanho e diferentes direções

dos plissados, o seu caimento, assim como os materiais que seriam o georgette e o tule, aplicados em camisas e t-shirts.

A aluna participou na modelagem, onde assistiu à colega responsável desta área. Procedeu à construção, retificação e escalonamento de moldes, pois foi necessário confeccionar várias peças com tamanhos diferentes, devido ao conceito da coleção. Pôde ainda interagir com o processo de confecção no exterior, a nível de produção em fábrica, verificando e experimentando tamanhos, neste caso do *size set* das t-shirts para a coleção e ainda ao nível da produção de ateliês no exterior, onde organizou fichas técnicas, moldes, aviamentos e restantes componentes que compõem as peças para serem confeccionadas.

Na área do corte a aluna esteve envolvida, cortando diversas peças, inclusive forros com padrão, os quais requereram mais atenção pois as peças eram simétricas e houve a necessidade de se jogar com o padrão e os componentes da peça, para obter um resultado visualmente perfeito.

Com a aproximação da data da apresentação foi requerida a ajuda da aluna na confecção das peças, confeccionou casacos, saias e calças e dado um imprevisto de erro de modelagem teve de proceder ao arranjo de cavar as mangas dos boleros e casacos da coleção que já se encontravam prontos.

Na véspera e na manhã do dia da apresentação a aluna colaborou na finalização das peças, colocando botões, etiquetas, passar a ferro, estas foram as últimas tarefas desta coleção.





Imagens da apresentação da Coleção SS 2017 "Versão Comercial Black Hills".  
Fonte: Autor (2017)

## **| Coleção FW2017/18 “*Basics Storytailors*”**

A coleção FW2017/18 “*Basics Storytailors*” é um olhar sobre a história da marca, uma retrospectiva das suas peças mais icónicas. Foi feita uma compilação dos “*best off*” da marca a nível de todas as suas coleções anteriores. A apresentação desta coleção foi substituída pela anterior, não obedecendo esta ao ciclo do calendário de apresentações de moda. O público pôde assim ter contato com as peças apenas na loja Storytailors.

A aluna, devido à aproximação da data do fim do estágio, não esteve presente até ao final deste projeto, mas teve a oportunidade de contribuir com o seu trabalho durante grande parte da sua realização.

Foi feito um *briefing* de apresentação da coleção a toda a equipa, onde foi passada toda a informação e distribuição de tarefas necessárias para o desenvolvimento da coleção.

A aluna teve a tarefa de reunir todos os moldes referentes às peças que iriam compor a coleção e escalar os moldes necessários para os tamanhos pretendidos assim como proceder a retificações e pequenas alterações.

Outra das suas tarefas foi a de inventariar a matéria-prima em armazém, que poderia ser utilizada nas peças.

A última tarefa em que a aluna participou nesta coleção, foi o corte de várias peças, na preparação e organização das fichas técnicas e das restantes componentes das peças para estas poderem ser corretamente reproduzidas no ateliê do exterior, entrando também em contacto com esse ateliê para combinar as datas das entregas.

## | Coleção SS2018 “*Palindrome*”

A coleção SS2018 “*Palindrome*” teve como inspiração as mensagens divinas que se manifestam na repetição de números, a chamada “*capicua*”, esta coleção é composta por uma simplificação de formas sem nunca se afastar da ideia de uma modelagem complexa, as texturas utilizadas complementam a forte dinâmica visual da coleção.

A ideia da sustentabilidade na forma do desperdício zero, onde as sobras de tecido do corte de uma peça eram aproveitadas para apontamentos ou em novas peças, foi um dos conceitos que estiveram presente nesta coleção. Assim a aluna teve de considerar esse aspeto nos seus desenvolvimentos.

Também nesta coleção, pela limitada duração do estágio, a aluna apenas acompanhou uma parte do processo, mas pôde igualmente colaborar e ver parte do seu trabalho utilizado nesta coleção, participando em várias fases do processo de desenvolvimento da coleção.

A aluna teve uma interação na parte de pesquisa, quer do tema, quer de formas e técnicas que a ajudaram na aquisição de competências relativas ao desenvolvimento da criação de superfícies têxteis e acabamentos.

A aluna auxiliou na modelagem com a construção de moldes e procedeu às retificações necessárias, além disto foi-lhe pedido a construção de protótipos.

Nesta coleção a aluna teve um papel importante no corte, pois o principal material desta coleção foi o cupro, caracterizado pelas dificuldades que o seu comportamento apresenta neste aspeto, tendo a aluna conseguido dominar a técnica de corte neste tecido e cortado várias peças, em cupro e em outros materiais como o tule e ganga, inclusive um espartilho.

Em termos de confeção teve a oportunidade de aprender a fazer um *Corcelet*, sendo esta peça muito específica, necessitou de algum tempo e cuidado na confeção. A aluna preparou a peça desde o início, com exceção do molde, cortou, entretelou e confeccionou. Todos os componentes do molde foram primeiro pespontados e só depois

unidos, levando uma abertura metálica chamada de *busk* na frente e ilhoses com atilhos nas costas.

O principal papel da aluna nesta coleção foi o desenvolvimento de superfícies têxteis e acabamentos, utilizando o conceito de desperdício zero. Foi feito um *briefing* com o designer João Branco para expor ideias resultando na utilização de restos (para novas peças ou aplicações), pensar em acabamentos (fitas de viés derivadas dos negativos, no caso plissados); acabamentos interiores que enriquecessem as peças e se pudessem tornar reversíveis, texturas de asas, etc.. No desenvolvimento do processo escolheu trabalhar materiais usualmente utilizados pela marca, visto serem estes os que geram mais desperdícios, tais como os plissados e o tule.

Algumas das superfícies têxteis e acabamentos que desenvolveu, são as seguintes:

- 1- Triângulos de plissados cosidos numa ponta para dar a ideia de asas (FIG.1);
- 2- Tiras de tule cozido no meio das pregas de um plissado mais largo (FIG.2);
- 3- Pequenas tiras de plissado cortado a quarenta e cinco graus e cosidas em tule, com o plissado esticado (FIG.3);
- 4- Pedacos de plissado de cetim no meio de duas superfícies de tule e este pespontado para prender os pedacos de plissado (FIG.4);
- 5- Folhos desfiados com reaproveitamento da orela do tecido (FIG.5,6);
- 6- Involucro EM TULE com plissado no meio (FIG.7);
- 7- Malha com tiras de plissado, cortadas a quarenta e cinco graus (FIG.8,9,10,11);
- 8- Tranças com plissado cortado aleatoriamente;
- 9- Acabamentos das bainhas das peças com tiras de plissado (FIG.12,13,14,15);
- 10- Acabamentos interiores das peças com tiras de plissado (FIG.16,17,18).

No final destas experiências a aluna pode ver os resultados utilizados na coleção, foram aplicadas as tranças de plissado em t-shirts e teve também a oportunidade de confeccionar dois tops, em branco e em preto, em malha de tiras de plissados.



Coordenados da coleção SS2018 "Palindrome".  
Fonte: Atelier Storytailors (2017)





Coordenados da coleção SS2018 "Palindrome".  
Fonte: Atelier Storytailors (2017)



Corcelet feito pela aluna, para a coleção SS2018 "Palindrome".  
 Fig.1 Fonte: Ateliê Storytailors (2017), Fig.2 Fonte: Autor (2017)





**FIG.1** - Triângulos de plissados cosidos numa ponta para dar a ideia de asas. **FIG.2** - Tiras de tule cozido no meio das pregas de um plissado mais largo. **FIG.3** - Pequenas tiras de plissado cortado a quarenta e cinco graus e cosidas em tule, com o plissado esticado. **FIG.4** - Pedacos de plissado de cetim no meio de duas superfícies de tule e este pespontado para prender os pedacos de plissado.



**FIG.5,6** - Folhos desfiados com reaproveitamento da orelha do tecido.  
**FIG.7** - Involucro em tule com plissado no meio.





**FIG.8,9,11** - Malha com tiras de plissado, cortadas a quarenta e cinco graus. **FIG.10** – Peça usada no evento Portugal Fashion FW18/19 Fonte: <https://www.facebook.com/portugalfashion/photos/a.10155796151424580.1073742274.353026539579/10155796160994580/?type=3&theater> Acedido: 20/04/2018



**FIG.12,13,14,15** - Acabamentos das bainhas das peças com tiras de plissado.

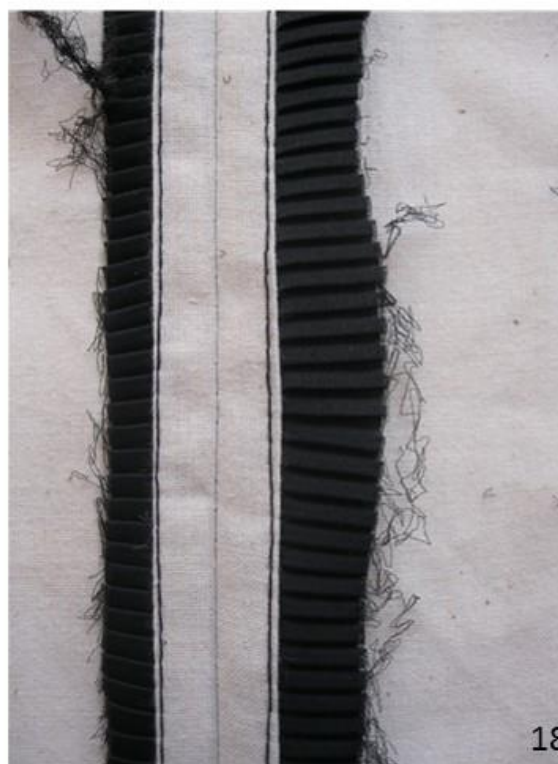




16



17



18

**FIG.16,17,18** - Acabamentos interiores das peças com tiras de plissado.



Experiências feitas com desperdícios de tecido que sobram do corte de peças, SS2018  
"Palindrome". Fonte: Autor (2017)



Experiências feitas com pedaços que sobraram do corte de peças, SS2018  
"Palindrome". Fonte: Autor (2017)





Experiências feitas com pedaços que sobraram do corte de peças, SS2018  
"Palindrome". Fonte: Autor (2017)





Experiências feitas com pedaços que sobraram do corte de peças, SS2018  
"Palindrome". Fonte: Autor (2017)

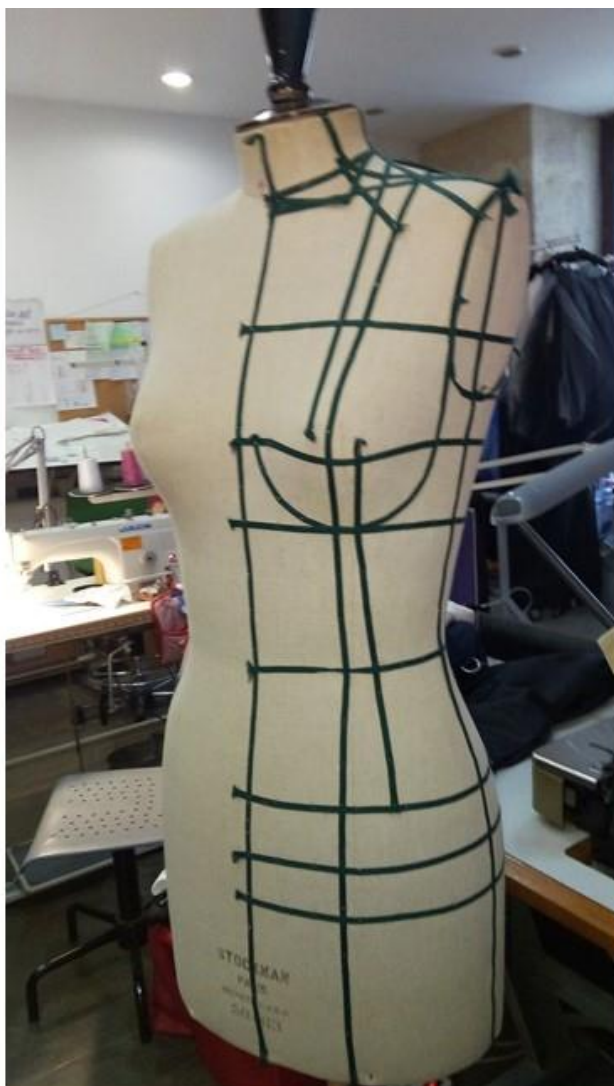


## **6.1.2 | PARTICIPAÇÃO EM PEQUENOS PROJETOS**

### **| Construção das “Segundas Peles” para os Manequins do Ateliê**

Este foi um dos primeiros projetos atribuídos à aluna, a Storytailors trabalha com manequins de base de Alta-Costura de tamanho 32 e foi necessário construir capas, as chamadas “segundas peles”, que serviriam como base de trabalho, com os cortes base utilizados desenvolvidos pela marca para a construção das suas peças. A “segunda pele” de um manequim é uma capa, composta por diversos componentes, que se traduzem numa forma corretamente anatómica do corpo, neste caso do manequim e que todos os cortes/linhas são indicações específicas de eixos do corpo utilizados no processo de criação da marca.

A aluna teve de ir às lojas para adquirir o material, lona, manta térmica e fechos, proceder ao corte do molde nestes dois materiais. Com o molde já cortado e devidamente marcado, a aluna procedeu à confeção das capas. Estas peças requereram um enorme cuidado e rigor na sua confeção, todos os componentes tinham de ser cozidos milimetricamente pelo local marcado, sem haver margem para erro. No decorrer da montagem verificou-se a necessidade de fazer alguns ajustes no molde. A aluna prontamente efetuou essa retificação e corrigiu as peças. No final do processo o trabalho ficou concluído com sucesso e a aluna pôde experimentar a dificuldade e o rigor na elaboração de uma peça tão específica.



Projeto "Segundas peles" para manequim. Fonte: Autora (2017)





Projeto "Segundas peles" para manequim. Fonte: Autora (2017)

## **| Vestido de Noiva 1**

A confecção de um vestido de noiva requer muitas horas de trabalho, dedicação e uma enorme perícia técnica, onde as costuras à máquina se fundem com inúmeras horas de trabalho de mão.

Esta foi a primeira encomenda de um vestido de noiva desde que a aluna chegou ao estágio e foi aqui que tomou o primeiro contato com uma peça desta complexidade, tendo a oportunidade de auxiliar a chefe de ateliê neste projeto.

O vestido era composto por uma parte de cima em renda, com decote pronunciado nas costas e mangas compridas. A saia era constituída por várias camadas, com remates em renda na última camada e pormenor de acabamento em laços nas costas. Os materiais utilizados foram o tule, o cetim, o chiffon, a renda, nas cores branco e rosa.

Depois do modelo e respetivos materiais, cores e acabamentos definidos, dá-se início ao processo da construção física do projeto.

A aluna pôde participar com o seu trabalho na realização do molde da saia, respetivo corte e montagem, este último processo foi efetuado em duas fases, a primeira onde se empastou o tule com o cetim e uma última fase onde se juntaram duas camadas de chiffon.

Na parte superior do vestido a aluna pontilhou renda nas junções para esconder as costuras, assim como no decote e nas costas para o vestido ficar rematado de forma uniforme. No decote das costas foram feitas pequenas pinças e foi aplicada fita de silicone para ele não deslizar. A aluna colocou mestinguetes e aselhas para fechar a saia e pregou as argolas no interior da saia para esta ser levantada.

Parte técnica: Composição vestido: bainha de rolinho, costuras com pespontos para tombar o valor de costura, fita de cóis, pontilhar renda, empastar, aselhas, mestinguetes

# Storytailors®



Calçada do Ferragial 8 • 1200-184 Lisboa  
tel: +351 21 343 23 06 • info@storytailors.pt • www.storytailors.pt

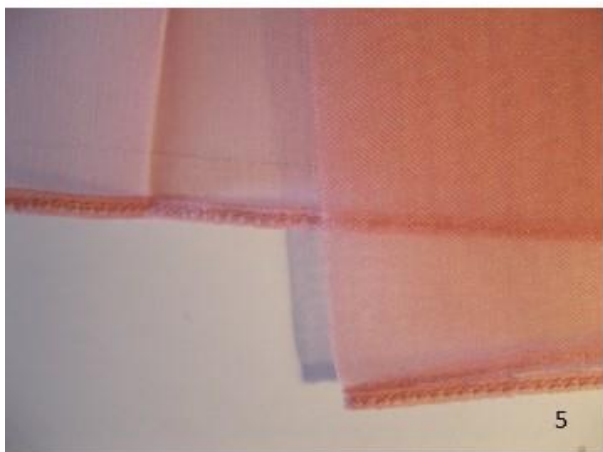
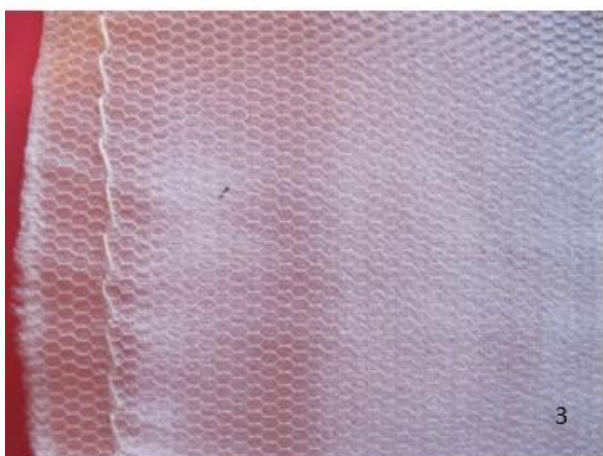
Croqui do Vestido de Noiva 1, Fonte: Ateliê Storytailors (2017)





Vestido de Noiva 1, pormenores da confecção. Fonte: Autor (2017)





Vestido de Noiva 1, pormenores técnicos da peça: 1 costura pespontada, 2 costura inglesa, 3 cetim e tule empastados, 4 remate de renda pregado à mão sobre bainha de rolinho, 5 bainha de rolinho, 6 renda pontilhada. Fonte: Autor (2017)

## **| Bordado de Castelo Branco**

Este projeto surgiu de um convite da Camara Municipal de Castelo Branco à Storytailors para a participação no evento “*Castelo Branco Moda 2017*”, tendo este como finalidade divulgar e modernizar o bordado tradicional de Castelo Branco.

A Storytailors desenvolveu para este projeto duas peças principais: um vestido/colete e um bolero com capuz, e duas peças secundárias, estas últimas foram construídas com os desperdícios das peças principais seguindo o conceito de desperdício zero.

O bordado tradicional de Castelo Branco possui características específicas, é bordado numa base de linho, com linha de seda, possuindo temáticas próprias, neste caso foi escolhido o tema da árvore da vida, trabalhada segundo a visão da Storytailors, onde as influências orientais e ocidentais se fundem. As cores utilizadas foram os tradicionais tons de azul e o dourado, aplicados sobre uma base de linho creme e forro em linho azul.

A aluna pôde acompanhar este projeto desde o início, auxiliando os designers nos estudos de cor, na escolha dos tecidos que iriam ser utilizados, e na finalização do desenho do bordado, segundo indicações dos designers.

A aluna procedeu à prototipagem da peça, para verificação dos moldes e efetuou os ajustes necessários para a finalização deste processo. Uma vez os moldes definidos foi feita uma segunda cópia dos mesmos com o respetivo desenho, um backup, para se proceder ao seu envio para Castelo Branco, onde as bordadeiras iniciaram o seu trabalho.

A partir desta fase a aluna ficou responsável pelo corte e montagem das duas peças principais e da criação das duas peças secundárias.

Quando os bordados chegaram, a aluna procedeu ao corte dos moldes em tecido final, tendo sempre em atenção o posicionamento dos moldes e do bordado e pontos de junção, para que a peça ficasse perfeita. Teve também em atenção as formas do

desperdício de tecido resultante do corte, pois este iria ser usado na construção das últimas duas peças.

Depois das peças principais estarem terminadas, a aluna procedeu à criação das restantes que resultaram em duas peças distintas de um carácter conceptual, a primeira em linho creme, podendo ser usada de variadíssimas formas, e a segunda, em linho azul resultando num colete.



Projeto "Castelo Branco Moda'17", as três peças que compõem o projeto e um pormenor do bordado. Fonte: Autor (2017)





Projeto "Castelo Branco Moda'17", peça principal, composta por um vestido/colete  
E um bolero com capuz. Fonte: Autor (2017)



Projeto "Castelo Branco Moda'17", início da montagem da primeira peça, feita a partir da sobra de tecido resultante do corte da peça principal. Fonte: Autor (2017)





Projeto "Castelo Branco Moda`17, primeira peça feita a partir da sobra de tecido resultante do cobre da peça principal, várias soluções estudadas. Fonte: Autor (2017)



Projeto "Castelo Branco Moda'17", primeira peça feita a partir da sobra de tecido resultante do corte da peça principal, várias soluções estudadas. Fonte: Autor (2017)





Projeto "Castelo Branco Moda'17", segunda peça feita a partir da sobra de tecido resultante do corte da peça principal, várias soluções estudadas. Fonte: Autor (2017)

## **| Vestido de Cerimónia 1**

Esta encomenda foi feita com o intuito de servir de presente para a festa de aniversário da esposa do cliente, e tinha de se inserir na temática da festa, de circo e magia.

A peça era constituída por um espartilho em cetim duchese preto, uma saia base de tule com várias camadas em branco, cinza e preto, e uma saia superior em tiras de cetim entrelaçadas, de diversas cores, azul, preto, vermelho, branco e rosa. Foi ainda encomendado um chapéu na cor azul, que foi feito numa empresa exterior.

A saia base construída em cetim duchese com um grande número de folhos de tule cosidos, tendo a aluna efetuado todo o molde da saia. A parte superior da mesma era composta por uma superfície de fitas entrelaçadas que a aluna prendeu com pequenos pontos à mão para não se desmancharem. A aluna efetuou também todo o corte e o entretelamento do espartilho.

Storytailors®



Calçada do Ferragial 8 • 1200-184 Lisboa  
tel: +351 21 343 23 06 • info@storytailors.pt • www.storytailors.pt

Croqui do Vestido de Cerimónia 1, Fonte: Ateliê Storytailors (2017)

## **| Vestido de Noiva 2**

Esta encomenda de vestido de noiva era composta por um conjunto de dois coordenados, num total de quatro peças que seriam usadas no copo de água do casamento.

O primeiro coordenado era composto por uma saia de tule branco com várias camadas e um espartilho branco em seda doupion coberto com renda de algodão, o segundo coordenado sendo composto por calções brancos de renda de algodão, e body de cetim creme, com renda de algodão.

Neste projeto a aluna elaborou o molde da saia e dos calções, e procedeu ao respetivo corte. Procedeu à prototipagem do espartilho, dos calções e do body para verificação dos moldes e para seguirem para prova.

Depois das retificações da primeira prova a aluna fez o corte das peças em tecido final e auxiliou a chefe de ateliê na finalização das peças, em marcações, acabamentos à mão, e pontilhando renda em várias peças.

Storytailors®



Croqui do Vestido de Noiva 2, Fonte: Ateliê Storytailors (2017)

STORYTAILORS





Vestido de Noiva 2, montagem do espartilho para colocar em prova. Fonte: Autora (2017)



Vestido de Noiva 2, revestir o espartilho a renda à mão e pontilhar renda para fazer o acabamento da parte superior, inferior e costas. Fonte: Autora (2017)

## **| Vestido De Cerimónia 2**

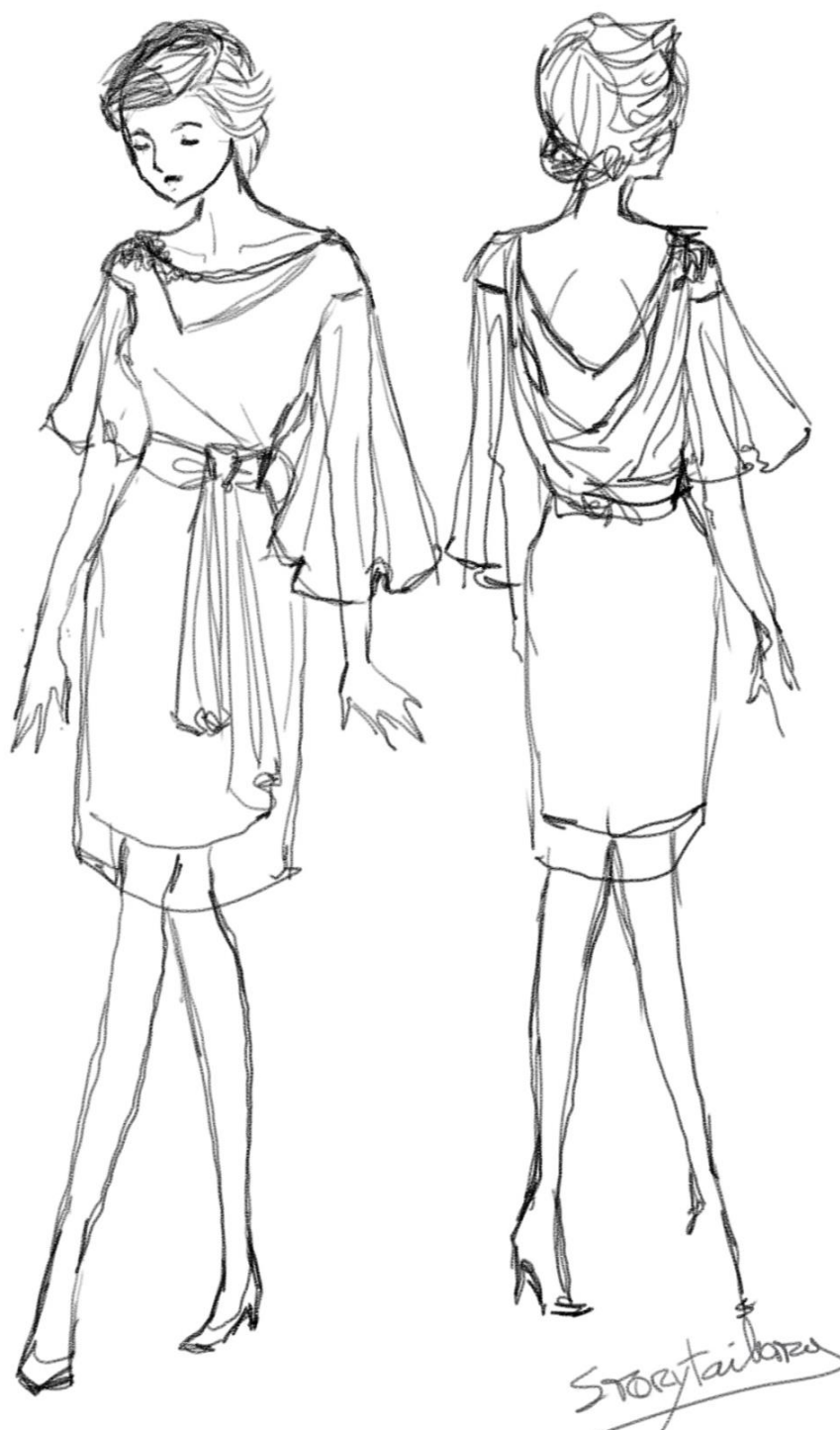
Este projeto de um vestido de cerimónia era composto por duas peças, uma parte interior cintada ao corpo, em cetim de seda de cor verde limão, e uma parte exterior mais fluída, em chiffon de seda amarelo, com apontamentos em renda de algodão verde.

A aluna cortou e colocou em prova primeiro o protótipo da parte interior, cortada num tecido com comportamento semelhante ao final, depois a parte exterior, já cortada no tecido final.

Depois da primeira prova a aluna procedeu aos respetivos ajustes e a cortou a peça interior no tecido final. Na segunda prova foram verificadas as correções anteriormente efetuadas e procedeu-se a pequenos ajustes. A seguir a aluna auxiliou a chefe de ateliê na finalização da peça pontilhando a renda do vestido.



Storytailors®



Calçada do Ferragial 8 • 1200-184 Lisboa  
tel: +351 21 343 23 06 • info@storytailors.pt • www.storytailors.pt

Croqui do Vestido de Cerimónia 2, Fonte: Ateliê Storytailors (2017)



Vestido de Cerimónia 2, marcações das pinças no vestido exterior em chiffon. Fonte: Autor (2017)



Vestido de Cerimónia 2, vestido de dentro, pormenores da cava onde se vê o empastamento e o forro e em cima a cava já terminada, pormenor das pinças de peito. Fonte: Autor (2017)





Vestido de Cerimónia, pormenores do vestido e respetiva prova. Fonte: Autora (2017)

## **| Vestido de Noiva 3**

Este projeto de vestido de noiva era composto por uma saia com várias camadas de chiffon e organza brancas, um espartilho em seda doupion branco, uma parte superior em renda de algodão branca e um véu.

A aluna construiu os moldes da saia e cortou-os em tecido final que seguiu para prova. Também o espartilho foi cortado pela aluna em pano-cru e em seguida colocado em prova.

Depois da primeira prova e já com os ajustes efetuados a aluna cortou o espartilho e o véu em tecido final. Depois da segunda prova a aluna e auxiliou a chefe de ateliê na finalização do projeto.

## **| Vestido de Cerimonia 3**

Este projeto era composto por um conjunto de saia carrocel e espartilho em crepe marrocan de cor rosa velho.

A aluna efetuou os protótipos, da saia e do espartilho, em pano-cru para prova, depois da mesma e com as respetivas alterações feitas, cortou a saia e o espartilho em tecido final e o respetivo forro. O espartilho era composto por painéis em tecido liso e tecido plissado, a aluna colocou os moldes segundo a orientação correta do plissado, previamente marcada e procedeu ao corte e entretelamento do espartilho.

Storytailors®



Calçada do Ferragial 8 • 1200-184 Lisboa  
tel.: +351 21 343 23 06 • info@storytailors.pt • www.storytailors.pt

Croqui do Vestido de Cerimónia 3, Fonte: Ateliê Storytailors (2017)





Vestido de Cerimónia 3, componentes do espartilho, colocado para prova.  
Fonte: Autor (2017)

## **| Vestido de Noiva 4**

Esta encomenda de um vestido de noiva pertence à coleção “*Unbreakable*”, trata-se de um vestido de alças, composto por cinco painéis tipo carrocel, que rodam à volta do corpo, com acabamentos em espiral que se transformam em folhos e é abotoado por uma fiada de botões numa das costuras. Foi utilizado o tecido original da coleção, o cupro de cor bege.

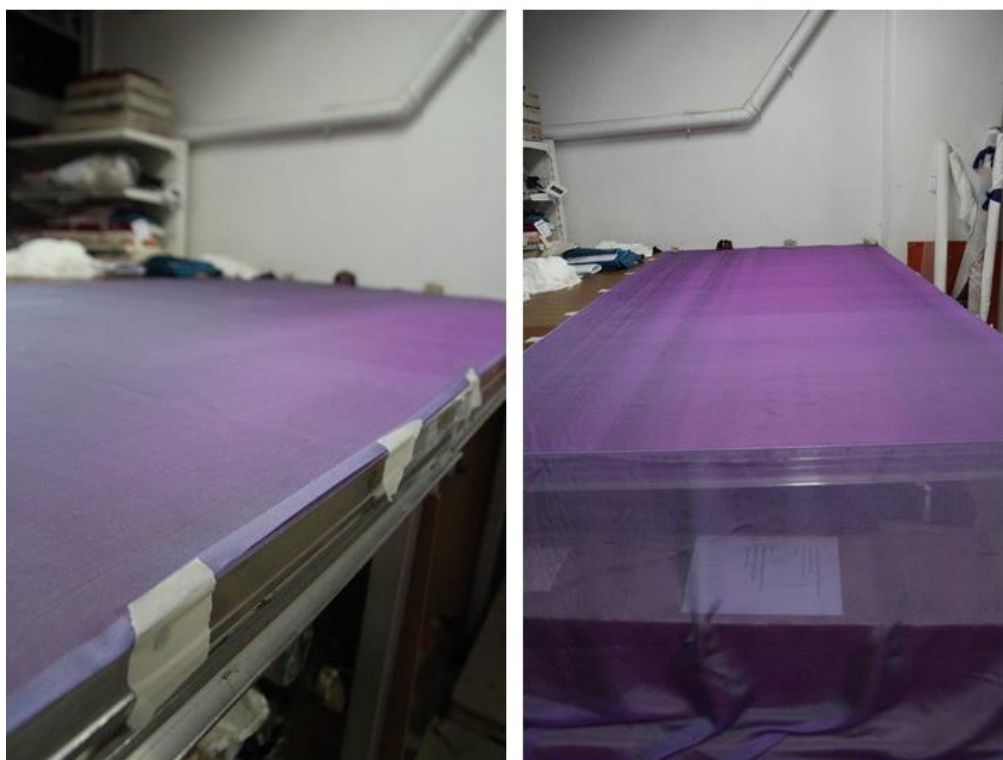
A aluna teve de fazer a alteração do molde para o tamanho do corpo da cliente e proceder ao corte da peça que foi feita em tecido final, sem recorrer à prototipagem em pano-cru. Nesta prova não houve necessidade de quaisquer alterações, visto o modelo do vestido se adaptar perfeitamente ao corpo da cliente. Na sua finalização a aluna colocou os botões e fez as casas, feitas com um elástico que levava pontos de prisão de centímetro a centímetro, para separar as casas de cada botão.

## | Vestido de Cerimónia 4

O projeto deste vestido de cerimónia era composto por duas peças, um vestido em cetim de seda azul e uma túnica em chiffon de seda azul/lilas.

A aluna teve o desafio de efetuar a base de modelagem do corpo da cliente, segundo os métodos de modelagem da marca, fez os moldes do vestido, procedeu ao corte e prototipagem das peças em tecido de comportamento semelhante ao do tecido final. Dada a largura do tecido foi necessário efetuar uma alteração no molde, para este caber no tecido, para isto foi necessário fazer encaixes nas mangas.

Na primeira prova verificou-se a necessidade de efetuar alguns ajustes, como a diminuição do decote, corrigir o redondo da bainha, prender mais a abaixo a faixa do decote da segunda peça, e colocar alças. Depois destas retificações a aluna procedeu ao corte das peças em tecido final, tendo sempre em atenção a direção do tecido e onde as peças se vão juntar, pois eram cortadas a noventa graus e com uma mudança de direção do molde poderia ficar com brilhos em direções opostas.



Vestido de Cerimónia 4, pormenor da preparação para o corte da peça. Fonte: Autor (2017)

Storytailors®



Calçada do Ferragial 8 • 1200-184 Lisboa  
tel.: +351 21 343 23 06 • info@storytailors.pt • www.storytailors.pt

Croqui do Vestido de Cerimónia 4. Fonte: Ateliê Storytailors (2017)

## **| Vestido de Noiva 5**

Esta encomenda era composta por um vestido assimétrico em moiré verde e uma saia circular em tule de várias camadas nos tons de rosa e castanho, com uma pregadeira de flores cor-de-rosa.

A aluna fez os moldes da saia circular e procedeu ao seu corte, pôde ainda cortar e colocar em prova o vestido, em pano-cru.

Depois da primeira prova e das respetivas alterações feitas, a aluna efetuou os moldes do forro do vestido e cortou-os, assim como o vestido em tecido final, ainda participando na confeção de uma pregadeira que iria acompanhar o ombro e o decote.

Storytailors®



Croqui do Vestido de Noiva 5, Fonte: Ateliê Storytailors (2017)

## **Vestido de Cerimónia 5**

Este projeto de um vestido de cerimónia em cetim duchese azul petróleo, era caracterizado pelo tronco pespontado e cortes a imitar o espartilhado. A saia era plissada com remate a corte a laser.

A aluna procedeu ao corte e montagem do protótipo em pano-cru para seguir para prova. Depois da primeira prova foi necessário efetuar alguns ajustes, como apertar as costas e o decote. Depois a aluna cortou a parte de cima em tecido final, entretelou os respetivos componentes e marcou a direção dos pespontos.

Para a construção da saia foi necessário enviar um pedaço de tecido para plissar e efetuar o remate a laser, quando esta parte chegou, a aluna fez o molde do forro e procedeu ao seu corte.



Storytailors®



Storytailors

Calçada do Ferragial 8 • 1200-184 Lisboa  
tel.: +351 21 343 23 06 • info@storytailors.pt • www.storytailors.pt

Croqui do Vestido de Cerimónia 5. Fonte: Ateliê Storytailors (2017)

## **| Vestido de Cerimónia 6**

Esta encomenda era um vestido de cerimónia em cetim e chiffon de seda de cor azul petróleo.

O molde deste vestido era um pentágono perfeito no qual se encaixava o molde base do corpo da cliente.

Neste projeto a aluna verificou quais as metragens corretas para se proceder à encomenda dos materiais, entretanto foi cortado e montado o protótipo e colocado em prova. Foi necessário fazer ajuste na largura, em seguida a aluna procedeu à retificação do molde. Quando os tecidos chegaram, verificou-se que tinham defeito e foi necessário entrar em contacto com o fornecedor e enviar fotos dos tecidos para provar o fato, e foi preciso aguardar novamente pela chegada dos tecidos, quando estes chegaram a aluna iniciou o processo de corte, empastou os dois tecidos, o cetim na primeira camada e o chiffon na segunda, procedendo depois ao corte.

### **6.1.3| ASSISTÊNCIAS**

#### **| Arrumação e Organização do Armazém**

A organização e arrumação do armazém foi uma das tarefas em que a aluna participou. Para uma melhor rentabilização do *stock* existente foi elaborado um inventário dos tecidos existentes e respectivas metragens. Os tecidos foram organizados por tipologia ou por tecidos de coleções anteriores, facilitando o seu acesso em futuras procuras. O armazém foi ainda organizado por áreas, área de tecidos em rolo e de restos de tecidos, arrumados em caixas, uma área para tecidos de clientes que aguardam o corte, área de forros, entretelas e pano para protótipos, zona da prensa, espaço de produtos destinados à loja, roupas que aguardam entrega ao cliente e zona de *stock* de peças de coleções anteriores e ainda uma zona de peças de espólio da empresa. Esta organização possibilita um rápido acesso e conhecimento de todo o material existente.

#### **| Loja**

A loja foi uma das áreas da empresa onde a aluna teve a oportunidade de dar apoio e perceber como funciona, em termos de arrumação de espaço, etiquetagem, produto em loja, atendimento ao cliente e na resposta às expectativas deste em relação à marca/produto.

Pôde contactar diretamente com o cliente, fez atendimento a nível de ready-to-tailor e tailor made, onde tirou medidas ao cliente para se proceder a ajustes de peças.

## | **Coordenação de Produção**

A aluna colaborou na coordenação de produção durante as férias da colega responsável, geriu projetos e *timings* de encomendas, assim como as prioridades no corte e confeção de peças.

## | **Modelagem**

A aluna teve um papel mais participativo na modelagem quando substituiu a colega responsável, durante as férias desta. Construiu moldes, com base manual, desde a raiz e procedeu à modificações e ajustes de outros, sobre supervisionamento do designer João Branco.

## | **Capas de Burel “*Eu Não Tenho Medo*”**

A capa de burel “*Eu Não Tenho Medo*” foi um projeto resultante de uma parceria entre a Storytailors e a Burel.

A aluna aprendeu o processo de aplicação de flocado com o designer Luís Sanchez e aplicou o mesmo, em várias capas, com a frase “*Eu Não Tenho Medo*” e outros símbolos que fazem referência à história do “Capuchinho Vermelho”.

## | **Restauro de Saias de Tule**

As saias de tule são peças características da marca, tendo sido emprestadas inúmeras vezes para serem usadas por figuras públicas, em anúncios, programas de televisão ou grandes eventos. Estas saias são compostas por várias camadas de tule que com a frequente utilização se vão danificando. A aluna procedeu ao restauro de três

destas saias, onde fez a extração da parte danificada de cada camada de tule, que compõem a saia. Deixando-as prontas para uma futura utilização.

## **| *Workshop de Draping***

A marca Storytailors organizou um *workshop de draping*, no qual a aluna auxiliou na disposição e organização do espaço e preparação dos materiais necessários para a sua realização.

## **| Tecidos da Feira *MODTISSIMO***

A aluna ficou responsável por receber e verificar as amostras de tecidos pedidas pelos designers na feira *MODTISSIMO*. As guias de encomenda tinham de ser conferidas com as guias de entrega, para se verificar se as amostras pedidas eram todas entregues. Depois a aluna arquivou-as pelo nome da empresa que os enviou.

## **| Pregadeiras**

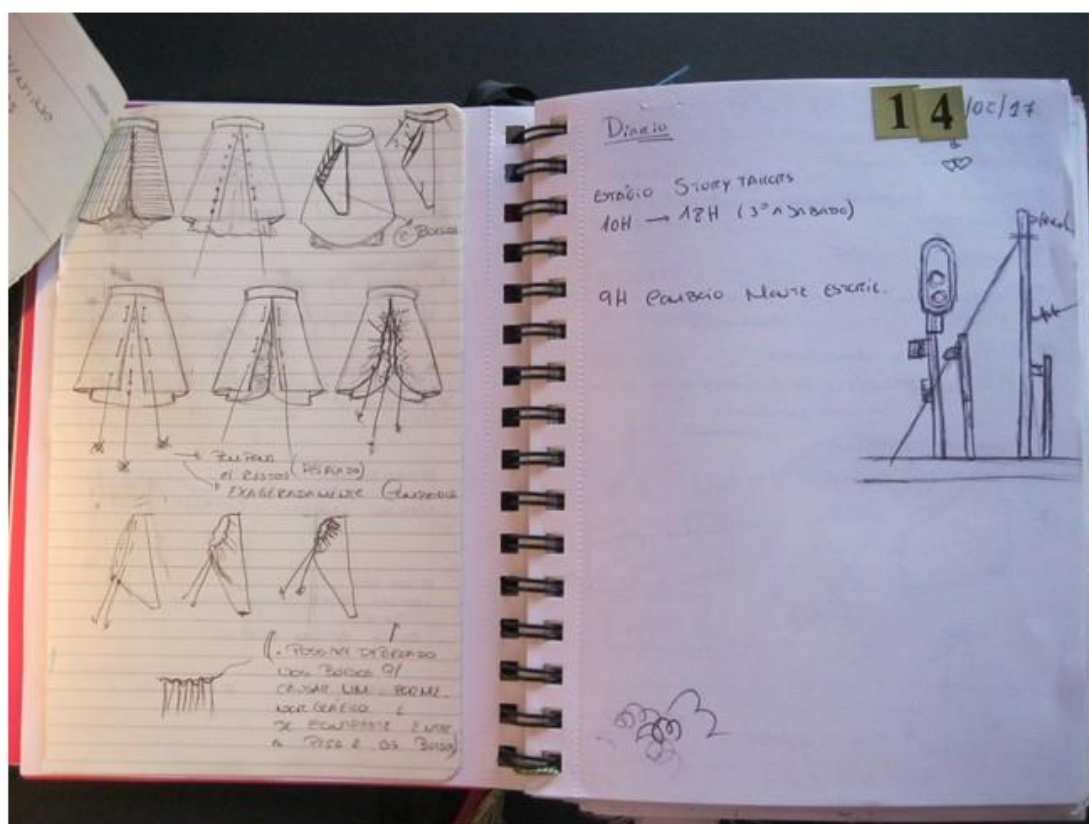
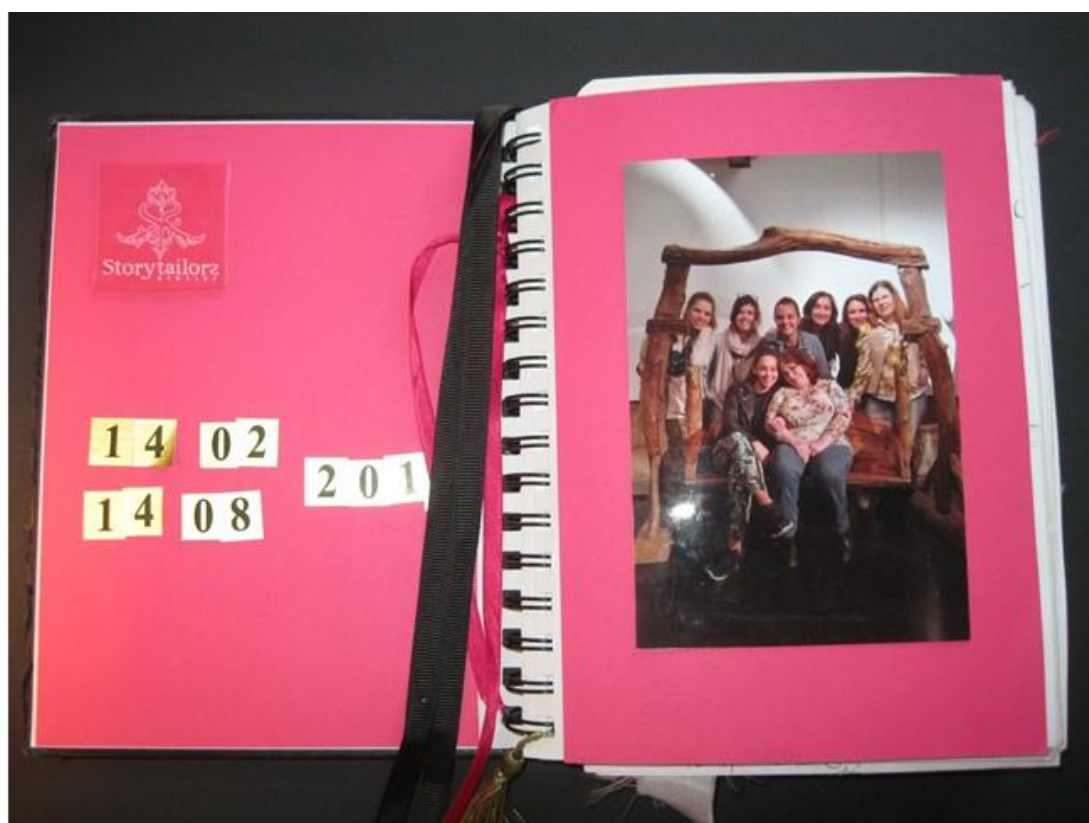
As pregadeiras são um dos acessórios vendidos pela marca, são compostas por uma superfície previamente cortada a laser, no ateliê as pregadeiras são montadas para serem vendidas em loja.



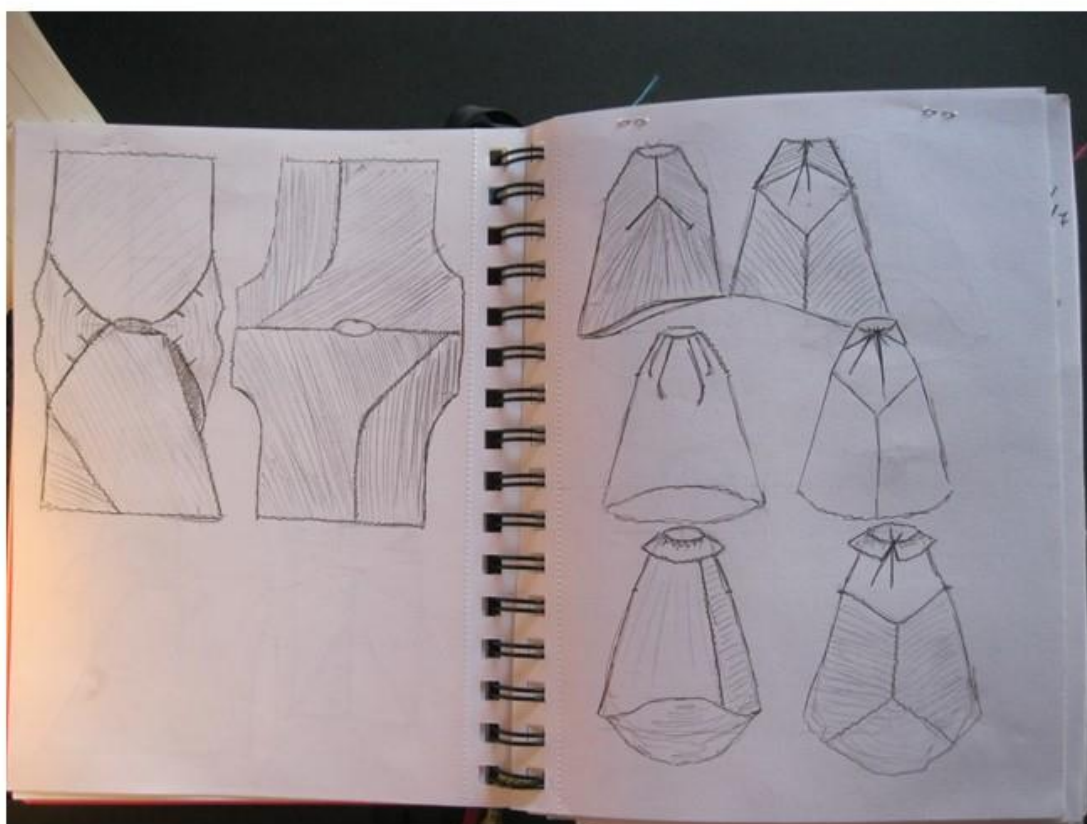
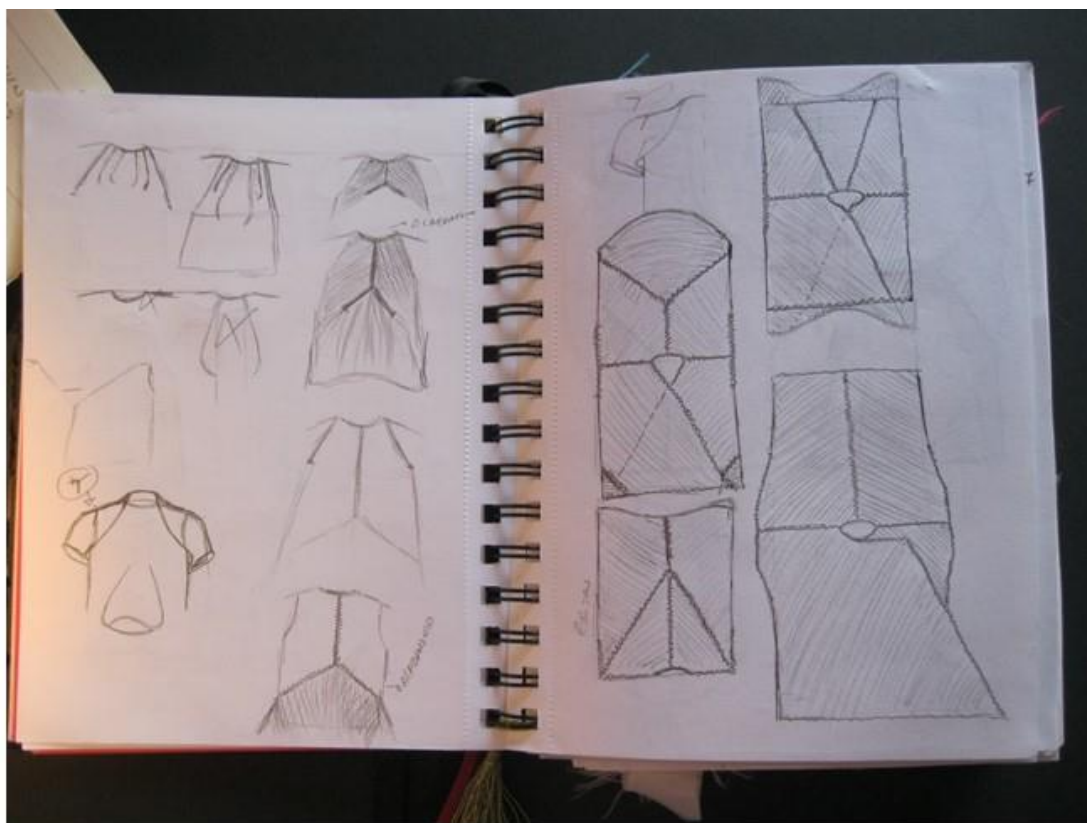
## **6.2| DIÁRIO DE ESTÁGIO**







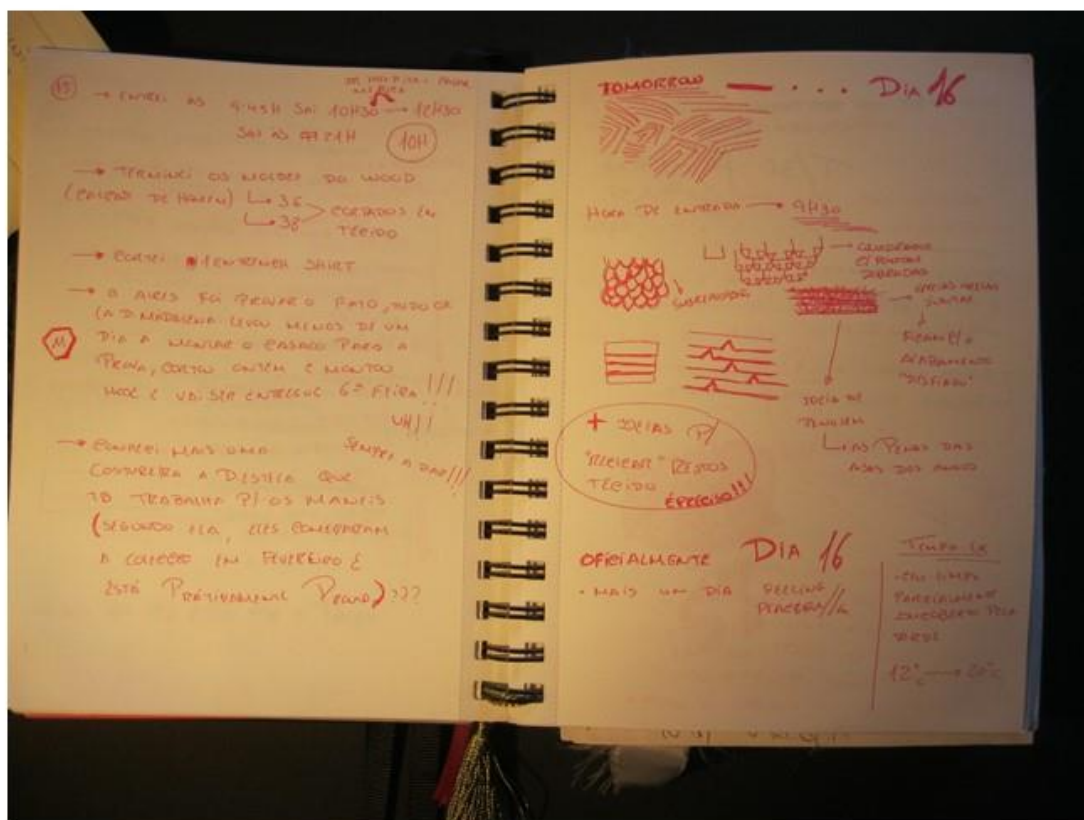
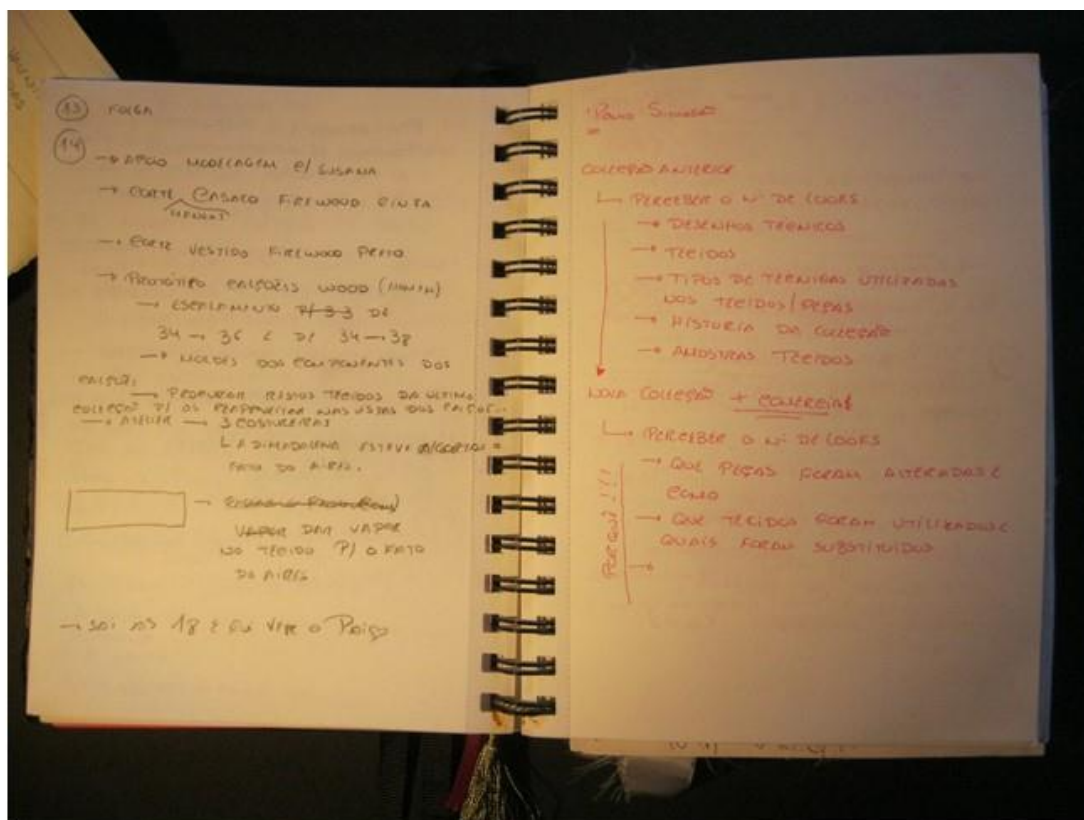
Caderno Diário de Estágio. Fonte: Autor (2017)



Caderno Diário de Estágio. Fonte: Autor (2017)







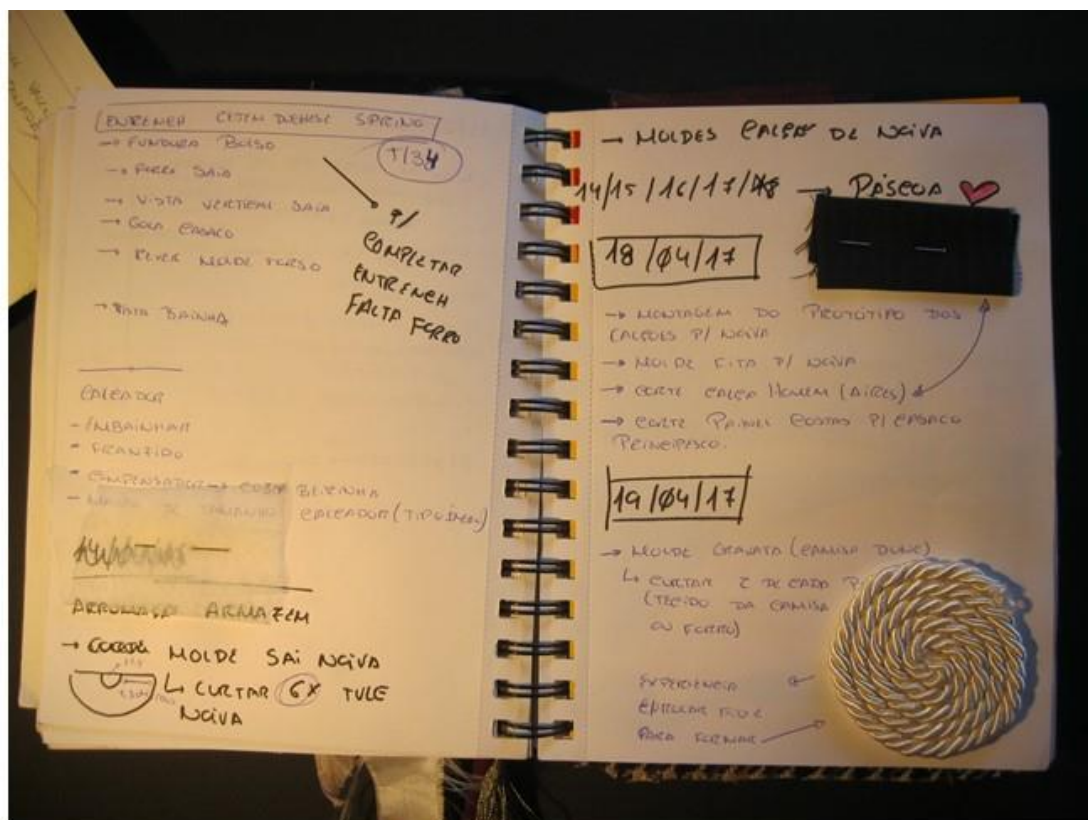
Caderno Diário de Estágio. Fonte: Autor (2017)











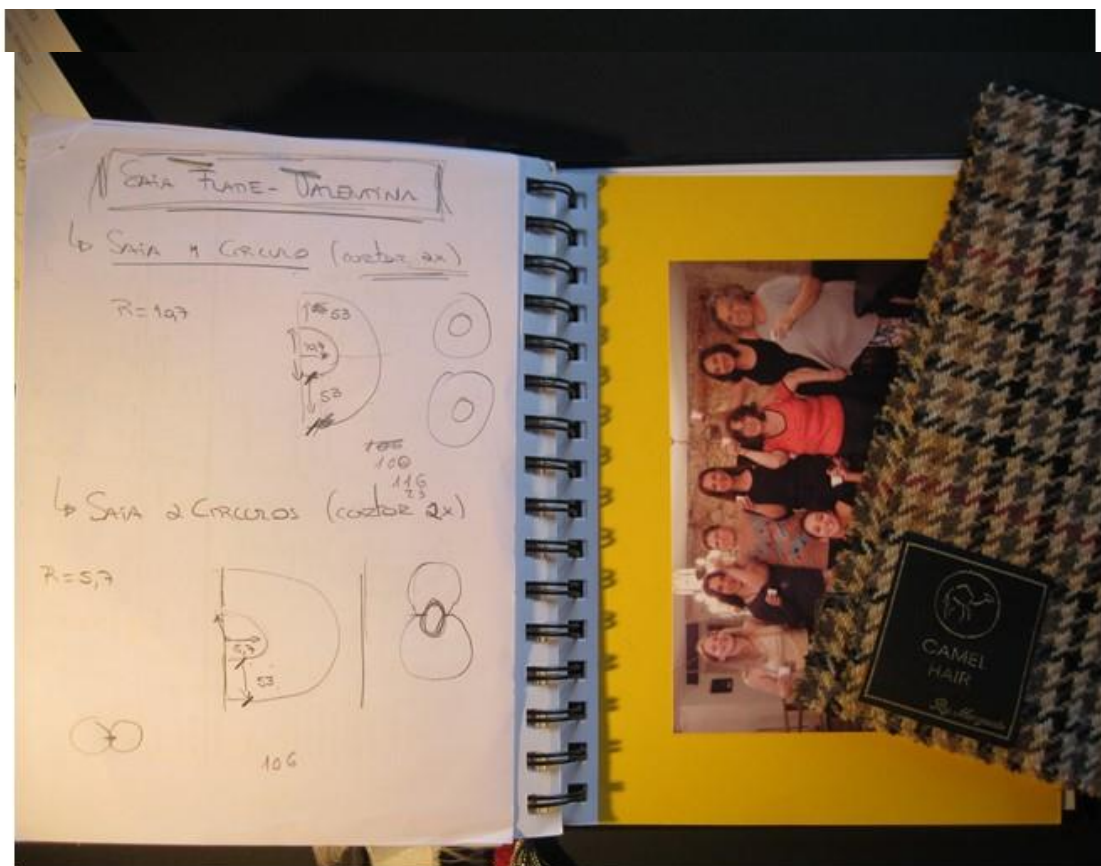
Caderno Diário de Estágio. Fonte: Autor (2017)



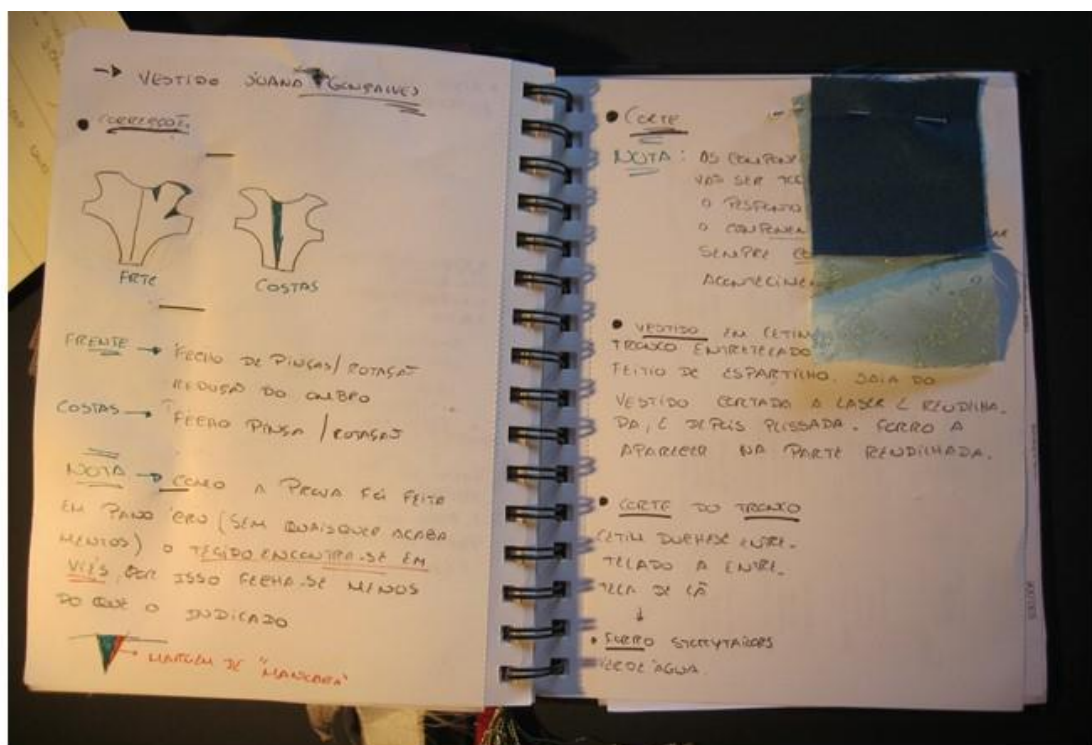








Caderno Diário de Estágio. Fonte: Autor (2017)



Caderno Diário de Estágio. Fonte: Autor (2017)